

DIVISIÓN DE CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO
Especialización, Maestría y Doctorado en Diseño

“¡COMIENZE SU VISITA EN EL ZÓCALO!”

**LOS CAMBIOS DEL PROCESO DE LA CONSTRUCCIÓN DEL
ESPACIO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE MÉXICO A TRAVÉS
DE LITERATURA DE VIAJE Y GUÍAS TURÍSTICAS**

Arq. Brigitta Cser

Tesis para optar por el grado de Maestro en Diseño
Línea de Investigación: Estudios Urbanos

Miembros del Jurado:

Dr. Oscar Alejandro Terrazas Revilla
Director de la tesis

Dr. Manuel Sánchez de Carmona Lerdo de Tejada

Dra. María Elena Rodríguez Lara

Dr. Jordy Micheli Thirión

Dr. Jorge Sánchez de Antuñano y Barranco

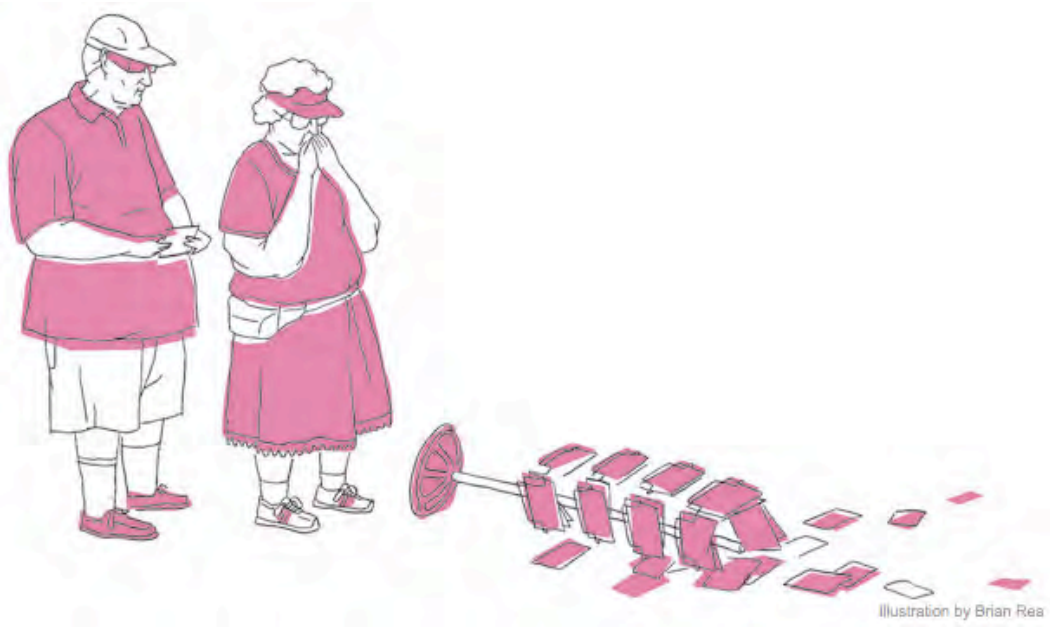
México D.F.
Enero de 2015

Agradecimientos

Agradezco a mi director de tesis, al profesor Dr. Oscar Alejandro Terrazas Revilla por su disponibilidad, orientación y estímulo al desarrollar este trabajo.

Agradezco también a todas aquellas personas que en forma directa o indirecta contribuyeron a que este trabajo de investigación pudiera llevarse a cabo.

Esta tesis corresponde, parcialmente, a los estudios realizados con una beca otorgada por la Secretaría de Relaciones Exteriores del Gobierno de México.



Índice

Introducción

I. Presentación del problema de investigación	10
Observaciones generales	
Marco económico, datos estadísticos en general	
Datos estadísticos de la ciudad de México	
Turismo en México	
Pautas oficiales actuales del Gobierno del Distrito Federal	
El problema de investigación y el problema social	20
Marco social	
Efectos del turismo en la configuración espacial de los lugares en general	
Problemática del turismo urbano, condicionantes particulares del turismo de las ciudades grandes	
Problemática del turismo urbano y condiciones particulares del turismo en la ciudad de México	
Justificación del interés del tema	
La discusión actual, los otros que lo han abordado y lo abordan	30
Aproximación general	
Aspectos espaciales de la actividad turística: clústers, corredores, núcleos	
Guías turísticas	
Teorías de clústers en estudios urbanos o en estudios de turismo	
El enfoque, asunto, pregunta o hipótesis que se abordará, dentro de la discusión actual	
II. Desarrollo de la investigación	44
Descripción del proceso de trabajo realizado y las tareas desarrolladas	
Guías turísticas recientes	52
Lonely Planet/ Geoplaneta México, 2011	
Lonely Planet Mexico City, 2008	
Marco Polo "Mexikóváros", 2007	
Lonely Planet Mexico, 2003	
The Rough Guide Mexico, 2001	
Guías turísticas del siglo XX	75
Mexikó, "Panoráma Utikönyv", 1984	
Les Guides Bleus, 1968	
Goldstadt-Reisführer Mexico, 1968	
Let's visit Mexico, 1946	
Terry's Guide, 1944	
Guías turísticas del siglo XIX	104
Baedeker United States, 1899-1909	
Mexiko. Land und Leute. Reisen auf neuen Wegen durch das Aztekenland, Ernst von Hesse-Wartegg, 1890	
La vida en México durante una residencia de dos años en ese país, Madame Calderón de la Barca, 1843	
III. Resultados de la investigación	124
Respuesta a las preguntas iniciales o puesta a prueba de hipótesis estimadas	
Presentación de la aportación en la discusión del problema	
Para terminar, comentar lo que sigue, lo que quedó pendiente en la investigación y que puede integrar una posterior trabajo de doctorado	
Anexo	136
Bibliografía, guías turísticas analizadas, fuentes estadísticas, otras fuentes	

Introducción

La ciudad de México, a partir de los finales del siglo XIX ha sido y continúa a ser un destino turístico concurrido por —y a pesar de— sus condiciones climáticas, geográficas, sociales, demográficas, económicas, políticas.

En un contexto más general, al entrar a la era del modernismo, los cambios para mejores condiciones económicas y sociales tanto de los países emisores como de los receptores del turismo, las medidas, consecuencias, repercusiones etc. del fenómeno turístico llegaron a tener dimensiones jamás imaginadas.

A lo largo del tiempo, el paisaje urbano —tanto en la ciudad de México como mundialmente—, ha sufrido (y gozado) cambios de diferentes géneros, impactando también el flujo de turistas en su recorrido en la ciudad y, paralelamente, el flujo de turistas también ha generado cambios en la escena geográfica, social, política, urbana etc. de la ciudad. Por lo tanto, la actividad de los turistas (ver *Figura 1.*), siendo un polo de un diagrama circular de flujos, es generador y al mismo tiempo resultado de un conjunto de acontecimientos complejos de múltiples actores y factores, tal como cambios en el mercado inmobiliario, la construcción de nuevas supraestructuras, conflictos entre planeamiento gubernamental y prácticas de turismo, circunstancias de compartir los espacios por visitantes y residentes o la abundancia/ inexistencia de atracciones turísticas en el territorio y las consecuencias de ello, etc.

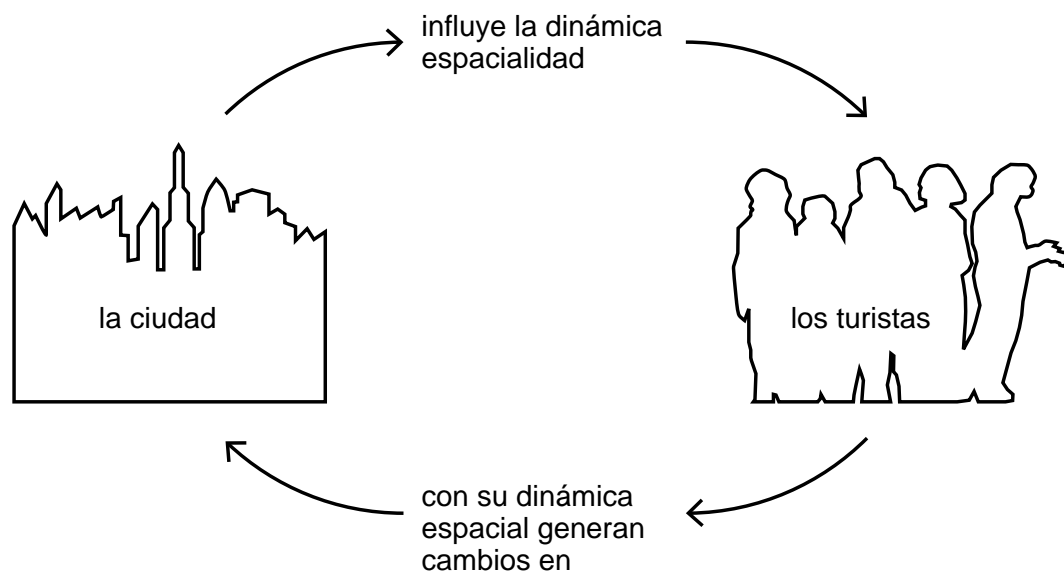


Figura 1. Influencias mutuales entre turismo y ciudad.

Presente trabajo busca hacer ver y analizar la espacialidad de la actividad del turismo urbano internacional en la capital mexicana a través de datos mapeables extraídos de guías turísticas con el objetivo de entender las dinámicas de las fuerzas transformadoras del turismo sobre la ciudad de México a lo largo del tiempo.

...

Histórico personal de la investigación

Presente texto es resultado de tres diferentes fases temporales de investigación, pasadas en tres lugares distintos (ciudad de México hasta 2011, Budapest/ Hungría hasta 2013 y Barcelona/ España, presente) y están incorporadas en ello las literaturas y fuentes de información halladas y las experiencias y observaciones vividas, vistas y percibidas en cada lugar. Cada fase de trabajo tiene sus aportaciones y huellas, tanto en términos de datos estadísticos como de nuevas aportaciones de literatura consultada.

Desde 2010 sigo —primero de cerca, después a distancia— los cambios y tendencias del turismo de México y, en primer lugar, estuve añadiendo a este texto las cifras estadísticas publicadas al final de cada año. En segundo lugar, para poder aproximarme más y mejor a la problemática, decidí trabajar como guía turístico y fui acrecentando nuevos hallazgos, tanto en términos de literatura e investigación como paralelismos experimentados dentro del mundo del turismo urbano.

Los nuevos puntos de vista y la información proporcionados por cada lugar y la sumersión al “mundo real” del sector del turismo como guía han contribuido a que mi enfoque sea más matizado. Intenté incorporar al presente texto mis experiencias desde tres ángulos diferentes del fenómeno turístico: las del propio turista, del investigador y del prestador de servicios.

•

I. Presentación del problema de investigación

El turismo es...

El turismo es un fenómeno con un sinnúmero de efectos —positivos y negativos, útiles y menos útiles, duraderos y efímeros— sociales, económicos, urbanísticos, culturales y cuenta con varios participantes que influyen su funcionamiento y sus dinámicas: gobiernos locales reguladores, habitantes locales, miembros del mercado inmobiliario, los urbanistas y arquitectos, los operadores turísticos, los prestadores de servicio, los propios turistas.

El turismo es, también, un fenómeno difícilmente predecible y en constante cambio tanto en tiempo como espacialmente, por causa de los incógnitos que interactúan en ello.

Además, es un agente poderoso que transforma espacios y paisajes, y es propósito para la implementación de estrategias urbanas.

Cifras clave del turismo mundial: marco económico, datos estadísticos generales

Panorama mundial

El turismo es una de las principales actividades económicas en el mundo. Según consta en la edición del año 2014 de la publicación "*Panorama OMT del turismo internacional*"¹ de la Organización Mundial de Turismo², las llegadas internacionales continúan a crecer³. La contribución directa del sector de turismo a la economía global está alrededor de 6%, un promedio que es resultado de valores extremos como 2% en

1 Reporte de la OMT, Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO) (http://dtx4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp.pdf), edición año 2014

2 Idem

3 crecimiento de 4.6% en 2011 en comparación con el año 2010

los países más desarrollados y 10% en los otros cuya economía nacional se basa en gran parte en este sector. La totalidad de la derrama global generada por turismo alcanzó en 2013 un valor récord de 1,400 miles de millones de dólares⁴. Su contribución en forma de empleo (a base del número total de la población empleada global) es aproximadamente 7% según las cifras más recientes. El número de llegadas de turistas internacionales está creciendo imparablemente desde los mediados del siglo pasado: de 25 millones de pasajeros en 1950 llegó a 1,087 millones en 2013⁵. Según pronósticos de la OMT el número de las llegadas alcanzará el 1,360 millón para 2020⁶ y para el año 2030 llegaremos a 1,800 millón.

El crecimiento del turismo no paró en los últimos años⁷, a pesar de los altibajos de la economía mundial más acentuados desde 2008 (causados por varias crisis: financiera y de la bolsa mundiales, del precio de petróleo, de las materias primas de varios sectores, etc.) en los mercados emisores y a pesar de otro tipo de problemas que no incentivan el turismo: epidemias, cambios y revueltas políticos, desastres naturales etc. en los países receptores. Estimaciones de la OMT en finales de 2011 preveía un crecimiento general mundial de 5% en el número de llegadas de turistas internacionales para el año en curso de 2012⁸, sin embargo, como resultado del crisis y otros imprevistos arriba mencionados, el pronóstico no se tornó realidad: en vez del 5% previsto en 2011, el crecimiento real aproximado para 2014 continuará a un ritmo sostenido de entre el 4.0% y el 4.5% a escala mundial.

El destino más consolidado y más grande Europa, 51.8% de los turistas y mitad de los marcos turísticos (atracciones o eventos) se sitúan en ese continente. El mercado de los Estados Unidos de América (con 15% de los turistas y 20% de los

4 Idem, cifras en dólares estadounidenses; en esta cifra en específico están incluidos los valores por concepto de transporte de pasajeros.

5 Idem

6 El OMT actualizó en 2010 su intervalo de pronóstico de 2020 a 2030 (*UNWTO Tourism Towards 2030 is UNWTO's recently updated long-term outlook and assessment of the development of tourism for the two decades from 2010 to 2030. It is a broad research project building on UNWTO's on-going work in the field of long-term forecasting, initiated in the 1990s. The new study substitutes the earlier Tourism 2020 Vision, which has become a worldwide reference for international tourism forecasts*).

7 "travel has grown enormously and continuously over the past 30 years" (Page, 2010)

8 El dato que se presenta es de la última fecha de la consulta de la página de la OMT (12 de agosto de 2012)

atractivos turísticos) está siendo estable gracias a su turismo nacional, pero en 2013 quedó por detrás de Asia (con 23% de llegadas y 31% de los atractivos)⁹ que parece ser un terreno en emergencia. A pesar de su poco peso absoluto, África y los países del Medio Oriente eran hasta finales de la década pasada los dos destinos con las tasas de crecimiento más altas, pero hace unos años la inestabilidad política frenó su desarrollo turístico (las excepciones, con crecimiento imparable, son Dubai en los Emiratos Árabes Unidos y algunos otros países del continente africano).

Datos estadísticos relativos a la ciudad de México

En el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México aterriza un promedio de 52,000 pasajeros¹⁰ diariamente. Esta cantidad de llegadas otorgó en 2008¹¹ al país el octavo lugar de llegadas a nivel mundial y trajo a México 80 miles de millones dólares como ingreso anual por turismo con lo que México se posicionó en el 16º lugar mundial. La mayoría de los extranjeros —según la interpretación de las estadísticas de la Secretaría de Turismo— hace escala de unas horas en el aeropuerto y continúa directamente su viaje a un *resort* en la orilla del océano (todavía 34% de los turistas respondió en 2008 a la llamada del *slogan* Sol y Playa, pero hay una tendencia de diversificación¹²), el resto —particularmente los turistas europeos, japoneses y latinoamericanos,— pasa algunas noches en la capital (el promedio de las pernoctaciones en 2008 era 2,056).

El desarrollo a lo largo del tiempo y fases históricas del turismo en México

México hace años mantiene su posición alrededor del octavo lugar en llegadas anuales a nivel mundial y hace casi más de un siglo es destino predilecto de los turistas

9 Datos de 2013. Asia mostró una tendencia creciente entre 2011 y 2013: de 20 a 23 y de 19.9 a 30, respectivamente.

10 número ilustrativo (número de llegadas internacionales en el aeropuerto Benito Juárez en 2008: 19,000,000 dividido por 365 días)

11 Datos actualizados: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL>

12 (en la era de la globalización) "*people seek deeper and more meaningful experiences of urban tourism.*" (Page, 2010)

internacionales. Por otro lado, como Hiernaux-Nicolás (2003) dice, el turismo siempre ha sido una medida fundamental para las estrategias de desarrollo de México y contribuidor importante en los cambios institucionales, culturales y económicos del país.

Hiernaux-Nicolás (2003) agrupa la historia del turismo mexicano en 3 fases principales, y en estos párrafos seguiré la estructura de su razonamiento:

- 1) La primera fase es la era de una **transición entre la experiencia individual y el turismo de masa**, entendida entre 1920 y 1945. El turismo como actividad organizado, prosigue Hiernaux-Nicolás, no existía antes de los años 20. Fue en 1921 que el gobierno mexicano definió el estatus legal del turista (quien no tiene intenciones en residir o trabajar en el territorio mexicano pero goza de derechos especiales). La infraestructura desarrollada durante la presidencia de Lázaro Cárdenas en los años 30 fue esencial para un turismo pos-guerra en crecimiento. En la época anterior a la IIª Guerra Mundial existían cuatro destinaciones principales en México: la ciudad de México, por su arquitectura y cultura urbana, por la colección del Museo Nacional de Antropología y, por último, por ser un nodo de distribución entre zonas arqueológicas y de interés turístico del país; destinos en el interior; destinos de playa; y destinos localizados en la frontera con los Estados Unidos. México, por ser barato y accesible para los adinerados estadounidenses oriundos de California del Sur, en los años 30 el turismo empezó a crecer.

Durante la IIª Guerra Mundial los turistas no desaparecieron, al contrario: por causa de la imposibilidad de visitar los destinos tradicionales europeos¹³

13 "Ahora las corrientes turísticas de la América sajona, impedidas de ir a Europa, se orientan hacia la América latina, resultando con ello particularmente favorecido México, por su situación geográfica y—¿por qué no decirlo?— por sus múltiples atractivos. El cambio de rumbo lo sostiene la política del Buen Vecino (...)" (Lozada, 1941)

y gracias a una promoción activa¹⁴ por parte del gobierno mexicano, los turistas estadounidenses viajaron a México. En números: en 1939 hubo 139,000 turistas en el país, en 1945 ese número subió a 166,000. Pero aunque México haya abierto oficinas de turismo en varias ciudades estadounidenses, la supraestructura turística no ha alcanzado los niveles buscados por los turistas del vecino Estados Unidos.

- 2) La segunda fase, entre 1952 y 1982 —que Hiernaux-Nicolás bautiza en su trabajo como **“turismo de masa y la primacía de Acapulco”**—, fue caracterizada por un crecimiento y re-estructuración rápidos de infra- y supra-estructuras usadas por el turismo y es un ejemplo del modelo fordista de desarrollo. La ciudad de México mantenía su posición: era el destino más popular con 32.7% del número total de cuartos turísticos en 1958 y fueron contruidos los *resorts* para veraneantes que buscaban productos y experiencias de viajes combinados tipo todo incluido. El presidente Miguel Alemán consideró al turismo una fuerza que iba integrar el país y propuso una “declaración turística”, una política abierta ante los países occidentales que consistía en el desarrollo y la propaganda de los destinos turísticos y hoteles, en la educación de nuevas generaciones de trabajadores en el sector turístico¹⁵ y en el fortalecimiento y redefinición de una identidad nacional que iba servir como puente entre regiones mexicanas y transmitir una imagen homogénea para el exterior¹⁶. Aunque la retórica oficial habló del turismo como contribuyente a la paz¹⁷, fue considerada en la realidad

14 “(...) la propaganda en pro del turismo, que es propiamente irradiación nacional.” (en Lozada, 1941, citando a otro autor)

15 “la cuestión del hospedaje; tiene que existir instituciones de control, vinculación, educación, etc.” (Lozada, 1941)

16 (a través del turismo) “se siente más la fuerza de atracción, la simpatía se despierta mejor, y es más fácil que se tiendan puentes de pueblo a pueblo, de corazón a corazón.” (Lozada, 1941)

17 Lozada (1941) en su libro sobre turismo, en un capítulo cuyo título es “La noble función de turismo” da una definición de ello: (El turismo es); “En sentido moral, factor de unificación patriótica; nexo entre los pueblos; creador de la armonía del entendimiento recíproco entre las naciones, mutua comprensión que es garantía de paz.”; y sobre su función dice: “Para que el turismo cumpla su misión de solidaridad humana, hay que aprender viajar.”; y “Los pueblos, como los individuos, deben adquirir la fuerza de una personalidad bien definida, para poder atraer e irradiar simpatía, confianza, admiración.”

una oportunidad para el desarrollo económico. Por otro lado, México gozó entre los turistas estadounidenses un lugar privilegiado por dos probables razones, dice Hiernaux-Nicolás. Una era de la perspectiva geográfica: México hace parte geográficamente de la cuenca norteamericana que estaba accesible y, al mismo tiempo, tenía otro clima. La otra razón fue que Cuba, como destino turístico, se perdió para los turistas estadounidenses en la revolución de 1959, mientras México mantenía su clara posición política. El resultado fue un crecimiento lineal en turismo internacional: de 164,000 en 1945 a 3,200,000 en 1975.

- 3) La tercera fase, de 1985 a 2002, **del turismo de masa a la organización flexible del turismo**, fue caracterizada por una nueva orientación en la política de turismo mexicana. Hiernaux-Nicolás afirma que el temblor de 1985 arruinó muchos de los hoteles y de la infraestructura en la ciudad de México. Para ganar de vuelta la confianza de los turistas asustados y mantener la competitividad, el gobierno mexicano inició un plan turístico de emergencia: aumentaron los números de vuelos, subieron el plafón de la inversión extranjera, y Fonatur (Fondo Nacional de Fomento al Turismo), el instrumento oficial turístico del gobierno mexicano, cambió su práctica en términos turísticos. Fue establecida la idea de la Ruta Maya y las bases para el desarrollo del ecoturismo y de otras modalidades alternativas y específicas del turismo. Los megaproyectos costeros fueron cambiados para la promoción de las ciudades coloniales, y se empezó a tener en cuenta la importancia del turismo urbano, como dice Hiernaux-Nicolás. Paralelamente a la actividad gubernamental, en el sector del turismo aparecieron y se fortalecieron iniciativas individuales y de organizaciones sociales para ofrecer al mercado turístico nuevos productos¹⁸ que podían competir con la oferta tradicional de Sol y Playa, dando los primeros pasos

¹⁸ Entre otros, modalidades turísticas como paseos arquitectónicos, ruta *beatnik*, turismo de "*gap-hour*", es decir programas de gastronomía o de visita a mercados especializados que caben en el intervalo de hacer escala en el aeropuerto, etc.

para una transición hacia sistemas flexibles y diferenciados de turismo global.

En presente trabajo mencionaré varios conceptos ligados estrechamente al turismo, me enfocaré, sin embargo, en aquellos que se puede considerar como conceptos espacialmente relevantes. (En otras palabras, aunque la construcción de la imagen turística, abordada por varios autores, es un tema altamente interesante, o bien, el estudio del ambiente turístico (Michalkó, 2011) lo es también, sólo los mencionaré o trataré tangencialmente.)

•

Las actuales pautas oficiales del Gobierno del Distrito Federal desde 2008

Una de las metas del Programa del Desarrollo Turístico del Gobierno del Distrito Federal¹⁹ era aumentar la estadía en la ciudad (y con ello, por supuesto, los indicadores tanto en números estadísticos como en la derrama económica por turismo), objetivo difícil de alcanzar dado la propia naturaleza del turismo urbano: los turistas en las ciudades grandes raras veces pasan más que 2 días²⁰, según estadísticas mundiales²¹. Con este objetivo se crió en 2008 un nuevo *slogan* 'Luna y Cultura' (en contraposición con el heliocentrismo de lo de la 'Playa y Sol'), se implementó una nueva imagen y logotipo de la ciudad, se tomaron medidas para reforzar la capacidad centrifugal y carácter de multiuso de las zonas turísticas ya existentes (la ampliación del Paseo de la Reforma hacia Plaza Garibaldi, p.e.) y alargar el rayo de acción de sus

19 Programa Sectorial de Turismo 2008-2012

20 "The length of stay at any one urban tourism destination is much shorter than in beach or winter sports resorts (...), even holidaymakers rarely stay in even the most world- renowned tourist cities for longer than two days." (Page, 2010)

21 Algunos datos comparativos de pernoctaciones en otras capitales o capitales regionales (en noches), sin pretender dar una lista exhaustiva:

Washington: 3.0 (2008) fuente: <http://washington.org/planning/press-room/corporate-and-convention-info/research-and-statistics>

Amsterdam: 1.87 (2013) (fuente: http://www.os.amsterdam.nl/nieuws/download/1341/2014_toerisme.pdf)

Madrid y Barcelona: 1.93 y 2.72 respectivamente, (2013) fuente: http://www.ine.es/en/daco/daco42/ocuphotel/eoh0013_en.xlsx

Budapest: 3.5 (2013) fuente: <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp>

nombres como marcas (Centro Histórico, Reforma, Bosque y Castillo de Chapultepec) y la construcción de nuevos hitos áncora (como el Museo Soumaya en la Plaza Carso, Museo de Tequila en Plaza Garibaldi. En la continuación se presenta un breve excreto de la entrevista con la Secretaria de Turismo del DF, Alejandra Barrales Magdaleno, publicada en La Jornada el domingo 12 de agosto de 2007:

- *¿Cuáles son las acciones que consideran aplicar de inmediato en el sector?*
- Estamos trabajando para consolidarnos como un buen producto turístico; en el tema de imagen urbana, el jefe de Gobierno nos ha instruido para trabajar en el rescate de la Zona Rosa. Otra carta fuerte es Garibaldi, para completar el corredor que se forma desde Bellas Artes hasta esa zona y, por supuesto, vamos a seguir trabajando en el corredor Reforma-Centro Histórico. La otra gran apuesta es Xochimilco, área que, por sus condiciones naturales y por estar considerada patrimonio de la humanidad, es también un lugar importante en muchos sentidos. (...) Queremos atraer al turismo de negocios, congresos, convenciones, pues es una aportación de divisas importante, pero también queremos turistas que dejen empleo de calidad. En este momento, de manera directa e indirecta, el sector nos está dando casi 400 mil empleos, nosotros pensamos que con una buena fuerza de inversión, y esto puede ser este mismo fin de año, que se vayan consolidando inversiones, realmente es muy positivo ver como los grandes empresarios, los grandes grupos le apuestan a la ciudad para invertir en hoteles, en restaurantes, en todo este tipo de servicios.
- *¿Qué tipo de inversiones son las que llegarían?*
- Yo hablaría por lo pronto de que, a principios de 2008, en la ciudad vamos a estar viendo por lo menos tres proyectos importantes a nivel internacional en hotelería.
- *¿En el Paseo de la Reforma?*
- En corredores importantes, sobre todo Reforma, Centro Histórico y, probablemente, Santa Fe y Zona Rosa; pudiéramos empezar a verlo ahí”.

Fuente: <http://www.jornada.unam.mx/2007/08/12/index.php?section=capital&article=029e1cap>

Con todas estas medidas la intención era presentar la ciudad de México con una imagen que rompa con estereotipos generalizados y los superlativos (la megalópolis más grande e imparablemente creciente, insegura, inundada de vehículos y que está en continua crisis de varios géneros) y posicionarla²² en la red de las ciudades turísticas más visitadas del mundo como París, Londres, Barcelona o Nueva York²³.

No obstante, las intenciones de un marketing cuya base sería enfatizar el carácter único de las atracciones de la ciudad de México puede que no resulte en el objetivo deseado, porque, según Page (2010), las ciudades en las cuales el modo de vivir y el ambiente en general (como París y los franceses) es lo atractivo, son más probables de ser visitadas más veces, mientras ciudades con atracciones únicas y específicas (como Luxor, Pisa, etc.) son a lo mejor experiencias de “una vez en la vida”²⁴.

El papel del turismo, fenómeno con capacidad de **formar y transformar espacios urbanos**, es reconocido por varios autores²⁵. El turismo, no obstante, a menudo sirve como propósito para estrategias de desarrollo económico, por ello entender los movimientos de los turistas puede, entre otros, facilitar el diseño de políticas turísticas, informar sobre el grado de polarización de los espacios, mejorar la gestión y equilibrar la presencia de los turistas sobre el plano de la ciudad, dar puntos de partida para el planeamiento urbano o revelar discrepancias entre realidad (o la diversidad de la realidad) y pautas oficiales, aportando información al diseño de proyectos (tanto urbanos como turísticos).

22 “La Ciudad de México se promoverá como destino en el circuito internacional junto con París, Barcelona, Londres y otras dos ciudades europeas”. (consultado el 22 de septiembre de 2009; Milenio Diario)

23 “La ciudad de México será la primera del mundo que se someterá a una evaluación de la Organización Mundial de Turismo (OMT) para determinar si cumple con los requisitos de ‘un destino de excelencia’, anunciaron André Vallerant, presidente del Centro Mundial de Destinos de Excelencia, y Alejandro Rojas Díaz Durán, secretario de Turismo del Distrito Federal, al firmar el acuerdo correspondiente en el 33 Tianguis Turístico.” (consultado el 20 de septiembre de 2009; <http://www.jornada.unam.mx/2008/04/16/index.php?section=economia&article=031n1eco>)

24 “*The paradox is that the more unique the urban attraction, the less likely is the visit to be repeated. Luxor, Pisa, or Niagara Falls will tend to be a once-in-a-life-time experience. Conversely more generalised place products selling an ambience or way of life (Paris, Vienna, New York) rather than a specific attraction are more likely to generate repeat visits.*” y “*Cities can become imprisoned in their perceived immutable uniqueness (...).*” (Page, 2010)

25 Ashworth, Page, etc.

I. El problema de investigación

Marco social: sociedad - turismo - ciudad

Desde la perspectiva de los países emisores, la emergencia del turismo es resultado de diferentes conquistas sociales y económicas de la clase trabajadora en los países más desarrollados en inicios del siglo XX. Ellos lograron conquistar el derecho de tener tiempo para vacaciones, lo que, paradójicamente, se transformó en otra actividad económica, en la actividad del consumo.

Las fases históricas según las cuales entendemos el fenómeno del turismo (aristocrática, *fordista*, *posfordista*) explican su evolución desde un turismo elitista a través de una segunda fase, uniformizada y de masas, y finalmente hasta un estado de diversificación y de nuevos mercados, con inicio en los años 80-90 del siglo XX: el turismo avanzó gradualmente, como afirma Gospodini (2010), desde formas organizadas del turismo de masa que caracterizaba la época de pos-guerra hasta formas alternativas, fragmentadas y flexibles, reflejando una modernidad nueva, individualización y diversidad.

De punto de vista de los lugares receptores, a lo largo del pasado medio siglo la economía global ha sufrido numerosas crisis graves pero el turismo demostró siempre ser un sector económico a prueba de crisis (veamos el caso de las guerras mundiales o ni tan lejos por detrás en la historia, la crisis mundial económico estallada en 2008). Como consecuencia, llegó a ser la esperanza económica de muchos países afectados por la decadencia de sus economías basadas en materias primas o en actividades industriales obsoletas. En estos países la única industria que crea lugares de empleo o fuente de ingresos para la población a menudo es el turismo, sea de forma legal o no normalizada y con consecuencias positivas a corto plazo, pero eventualmente, sin planeamientos claros y pensados, negativas, o por lo menos imprevisibles a largo plazo, afirma Ashworth (2003).

Efectos del turismo en la configuración espacial de los lugares en general

El turismo es uno de los fenómenos económicos con el mayor impacto en la transformación del paisaje. Según Delgadillo (2009), el turismo es una actividad que irrumpe en ciudades con una estructura urbana y un tejido social que no fueron contruidos para ello. En la segunda mitad del siglo XX el turismo ya produjo un legado importante en forma de urbanizaciones de gran impacto urbana y regional. El turismo es una actividad económica invasiva, asociada a muchas transformaciones de diferentes géneros. De un punto de vista del paisaje, todo lo asociado al turismo — acceso a destinos, construcción de alojamiento y de lugares que sirven de recreo, etc. — ha tenido un impacto drástico en el entorno, tanto urbano como regional. Lo que eran en un inicio nada más que “efectos secundarios” del turismo, devinieron en fenómenos de primer plano (Vera, 1997), transformando lugares, actividades, uso de suelo, vivencia social, costumbres y prácticas del cotidiano, etc.

Los diferentes tipos de turismo, como doméstico (predominante característica de los Estados Unidos), cultural (p.e. Francia) o de “sol y playa” (p.e. España) proporcionan valores diferenciados para apoyar una renovada relación con el territorio o paisaje, sea natural o construido.

El turismo urbano: condicionantes particulares del turismo en las grandes ciudades

Lo que se abordará, en presente trabajo, es la modalidad llamado **turismo urbano**, o **turismo de las ciudades**, en general, y en caso de la ciudad de México, por su definición, trayectoria histórica y sus características, en particular.

Varios autores concuerdan en que el turismo de las ciudades es quizás la modalidad más ancestral del turismo. Según Michalkó y Lőrincz (2011), cuyos argumentos seguiré en este párrafo, como las civilizaciones más antiguas tienen su origen en las ciudades, la mayoría de los viajes siempre se dirigió a las ciudades o a través de ellas, desde la antigüedad (veamos las ciudades como Atenas o Roma que

tenían construcciones recreativas —estadios, anfiteatros— especialmente para los forasteros).

En el medievo, las ferias, el comercio de los puertos, la vida religiosa y las peregrinaciones, o la movilidad estudiantil con centros en las ciudades universitarias también tenían como destinación a las ciudades, dado que éstas proporcionaban seguridad y abasto a los viajeros, en contraste con los peligros extramuros.

El turismo cultural y de las ciudades era la principal razón y destino en la era del *Grand Tour* de la aristocracia de los siglos XVIII y XIX: se incluía en las rutas a las ciudades en un viaje educativo de los jóvenes pudientes por causa del valor histórico de las ciudades.

En las siguientes épocas las ciudades eran los lugares donde se desarrolló un amplio conjunto de supra- e infraestructuras y eventos, como los trenes (las respectivas estaciones y los hoteles alrededor de ellos), las exposiciones universales o simplemente los nudos de industria e innovación.

En el siglo XX. se diversifica tanto la demanda como la oferta y las ciudades ya son capaces de captar y satisfacer los más variados intereses de los viajeros, dado que las ciudades devinieron áreas donde la posibilidad de diversión, recreación y las propias atracciones se concentran, según Michalkó y Lőrincz (2011). Las ciudades son diferentes y son atractivas; las ciudades tienen una gran oferta de ocio; las ciudades son nudos y puntos finales del movimiento turístico; las ciudades son “productos” consumibles a lo largo del año entero; las ciudades son lugares de concentración de comercio, economía, servicios de alta calidad y cultura.

Y, el turismo urbano es una modalidad que sigue siendo una de las más populares, por varias razones entre otras, dice Page (2010), la motivación humana²⁶, las características como densidad y diversidad de las ciudades (ellas concentran funciones, equipamientos, arquitectura, culturas y gente), el factor del tiempo (la visita a

26 (...) “the range of answers to the question ‘why visit cities?’ is likely to encompass a wide range of human motivations. Cities are characterised by density and diversity, whether of functions, facilities, built forms, cultures or peoples” (...) (Page, 2010)

una ciudad ocupa menos tiempo que un viaje en un país entero²⁷ y no necesariamente depende de la época turística²⁸).

Las dificultades de la investigación en el tema del turismo urbano: cómo “medir” y rastrear los turistas?

El turismo urbano, afirma Page (2010), es una forma extremadamente importante y popular del turismo y, continúa, ha recibido desproporcionadamente poca atención tanto por parte de los investigadores como de la perspectiva de la ciudad. Por lo tanto, a pesar de la capacidad y potencial, los trabajos de turismo urbano, geografía del turismo, planeamiento turístico, etc. en general no abundan sobre capitales y mucho menos sobre capitales del interior. El número, peso e importancia de las investigaciones sobre turismo urbano son mucho menos de que el tema merece, porque después de las destinaciones playeras son las ciudades que presumen el número más alto de visitantes, mundialmente.

Una de las razones puede ser que la alta complejidad, en términos espaciales, de un megápolis²⁹ técnicamente hace difícil a conocer la dinámica espacial de los turistas³⁰⁻³¹⁻³² y sus intereses especiales. Por ejemplo Shoval y Isaacson (2010) menciona que el consumo espacial de ciudades grandes es reducida a patrones casi-

27 La “moda” del turismo urbano es particularmente vivaz en Europa, en donde la relativamente poca distancia entre ciudades y por ende la corta duración del viaje, la extensa red de transportes aéreos a un precio accesible, el nivel económico de la población europea que permite caprichos como pasar 2 días en París por ejemplo, el vocabulario visual europeo que tiene un adjetivo para casi cada capital (“la ciudad de la luz”, “la ciudad eterna”, “la Venezia del norte”, “la perla del Danubio”, “la puerta de Asia”, etc.) que puede, entre otros factores del imaginario, inducir un viaje, todo ello permiten que esta modalidad prospere. (La justificación de mencionar aquí analogías con Europa está en la nota de pie N° 12.)

28 Aunque las ciudades siempre presentan estadias más cortas que los resorts: 2-3 noches en comparación con el medio de 6 de los destinos playeros, según todos los fuentes estadísticos consultados.

29 En comparación con pequeñas ciudades amuralladas o ciudades de tamaño medio con núcleo histórico bien definido.

30 “es difícil definir en una ciudad grande quien es turista y quien es trabajador «intermodal», porque usan el mismo tipo de transporte, los mismos servicios (...)” (Barrado e Calabuig, 2001)

31 “The main challenge in this (ciudades históricas) is where to sample the visitors in the absence of of defined entry or exit points. This concern exists naturally when larger cities are been investigated.” (Shoval e Isaacson, 2010)

32 “The cities that accommodate most tourists are large multifunctional entities into which tourists can be effortlessly absorbed and thus become to a large extent economically and physically invisible.” (Page, 2010)

automáticos de consumo típico³³ por causa del relativamente corto tiempo disponible para explorarlas³⁴ dado de la extensión, estructura y vasta oferta turística de ellas, y por ende resultando en un tema poco excitante, o demasiado difícil³⁵.

Otra razón que no facilita el trabajo es que estadísticamente resulta problemático en el caso de las ciudades de gran escala diferenciar los contextos espaciales de la actividad del turismo de la de los conmutadores³⁶, el consumo y uso de servicios por visitantes y por residentes, los datos de ocupación hotelera de los residentes o turistas nacionales de la ocupación por turistas “verdaderas”³⁷, porque, señala Page (2010), paradójicamente el turista es nada más un residente que está de vacaciones, y el residente es un turista entre viajes³⁸.

33 *“Indeed, it is impossible for tourists to consume the whole urban tourism product on an average 2- to 3-day visit to such a city”* (Mazanec, 1997); y:

“(…) they (los turistas) have to choose which of the attractions they wish to visit and which to skip. The result is the creation of typical consumption patterns of the tourism product based on the preferences and limitations of different tourist types.” (Shoval e Raveh, 2003)

34 Una de las modalidades asociadas al turismo de las ciudades/ turismo urbano es la de “escape”, producto reciente de una era posfordista gracias a las políticas empresariales que permiten a los empleados la distribución de vacaciones a lo largo del año.

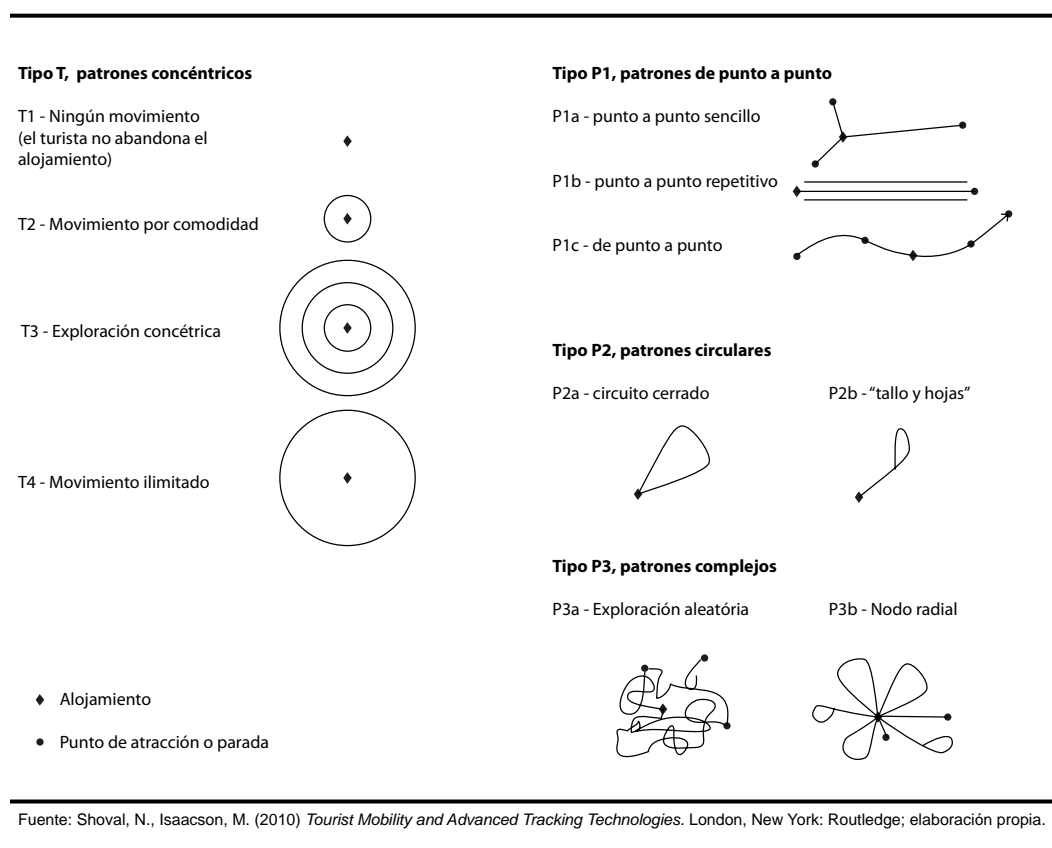
35 *“(…) ‘the invisibility of urban tourism and the near impossibility of demarcating it, is the notion that it is just too difficult to study.’* (Page, 2010)

36 “Es difícil definir en una ciudad grande quien es turista y quien es trabajador «intermodal», porque usan el mismo tipo de transporte, los mismos servicios (...)” (Barrado e Calabuig, 2001)

37 Además, en el caso de la ciudad de México, los datos estadísticos pueden resultar falsos por causa de los viajes hechos por mexicanos expatriados, a veces ya con ciudadanía extranjera, quienes son considerados extranjeros por su origen en los sondeos, a pesar de que en la realidad estén visitando sus familiares, y obviamente sus costumbres, patrones de consumo, etc. son diferentes del turista extranjero que tal vez llegue a las tierras mexicanas por primera vez en su vida y ni habla español.

38 *“The tourist is just the resident on holiday: the resident just the tourist between trips.”* (Page, 2010)

Cuadro 1. Actividad espacial de los turistas según Shoval (2010).



También, desde un punto de vista económico, en las capitales y ciudades grandes multifuncionales el turismo es nada más una —y a veces menos significativa en comparación con otras industrias— de las varias funciones de la ciudad que generan las derramas económicas principales³⁹. O con las palabras de Ashworth (2003), el turismo depende de las ciudades mientras las ciudades no dependen del turismo⁴⁰. O bien, con las palabras de Page (2010), las ciudades que benefician más del turismo

39 "De hecho, hoy día, las ciudades grandes son el destino turístico más importante del mundo, pero se ha dedicado mucha menos atención a su estudio y seguimiento que a otras formas de turismo. Una posible explicación de esta deficiencia es que el turismo no suele ser el principal componente de la economía urbana. Éste es el caso, sobre todo de las grandes ciudades, mientras que en el otro extremo se encuentran las pequeñas y medianas ciudades históricas, donde el turismo acapara la estructura económica." (Barrado y Calabuig, 2001)

40 "(...) while tourism depends on cities, cities do not need tourism." (Page, 2010)

son aquellas que cuentan con una fuerte y variada economía y no dependen de los ingresos del turismo⁴¹.

Aunque sea una perspectiva psicológica pero tiene importantes efectos en las prácticas espaciales del turismo y en la durabilidad de las estrategias turísticas y de marketing de una ciudad, Pages (2010) afirma, que el turista urbano es altamente caprichoso⁴², es sensible a los cambios de las modas, gustos y estilos de vida y que la popularidad de las épocas de la historia, de los estilos de la historia del arte y por ende, las propias ciudades portadoras de las atracciones pueden estar de moda y caer en olvido de la misma manera y rapidez⁴³.

Problemática del turismo urbano y condiciones particulares de ello en la ciudad de México

La ciudad de México es una de la ciudades más grandes del mundo. Es y ha sido durante largo tiempo ejemplo icónico de la expansión urbana, objeto emblemático de estudios de caso para fenómenos relacionados con el desarrollo urbano y expansión territorial, y se podría suponer que, dentro de las cuestiones urbanas muy investigadas, haya interés particular por el tema del turismo también. Pero en la realidad no hay muchos trabajos cuyo objeto es el turismo de la ciudad de México.

Una de las razones para la escasez en trabajos sobre las características espaciales de su turismo internacional es que, quizá, es tomado como obvio y

41 "It is the cities with a large and varied economic base that gain the most from tourism but are the least dependent upon it." (Page, 2010)

42 "The urban tourist is essentially capricious." (Page, 2010)

43 (...) "urban tourism is especially vulnerable to shifts in fashion and in consumer tastes and life-styles. The popularity of historical periods, artistic styles and personalities waxes and wanes. This needs to be considered in relation to the product life-cycle of many purpose-built visitor attractions that need constant investment and redevelopment so as to retain consumer interests and to follow tastes (Lennon, 2002). The consumption of urban tourism experiences is a fashion activity and, like all consumption of culture, part of contemporary life-styles. Urban tourism thus becomes a lifestyle accessory as particular cities are 'in' or 'passé'." (Page, 2010)

garantizado⁴⁴ ⁴⁵, es decir, sin interés más allá que eso, el facto de que el turista quien viaja a la capital mexicana —en los dos días en media de los cuales se dispone y entre dos vuelos, lo de su origen y lo que le lleva a un *resort* mexicano— irá a visitar el Centro Histórico y los Pirámides de Teotihuacán, pero mi investigación, por ejemplo, mostrará una imagen más diversificada.

Otra explicación posible es que en la ciudad de México (por diversas razones: políticas, de tamaño, de la seguridad pública y consecuentemente la producción de una imagen no atractiva a una amplia gama de turistas, etc.) el flujo de los turistas no alcanza niveles visibles (en comparación con ciudades como p.ej. Barcelona). En la ciudad de México la presencia de los turistas no llega a molestar a los residentes, el uso compartido de las infraestructuras no causa conflictos y la derrama oriunda del turismo no es el fuente más importante de la economía local (como p.ej. y de nuevo, en Barcelona).

Y, aunque exista literatura sobre turismo urbano, **son pocos los trabajos que lo abordan del punto de vista espacial del consumo del lugar urbano** y los que hay tienen preferencia por ciudades litorales o por zonas vacacionales en vez de grandes ciudades multifuncionales (Shoval y Isaacson, 2010).

Justificación del interés del tema

En un primer acercamiento, las cifras monetarias que son movidos por el conjunto del fenómeno turístico pueden justificar los intereses sobre el tema de turismo. Más allá (y también por causa) de su peso económico, el turismo es catalizador e impulsador de importantes y continuos cambios (negativos o positivos, al mismo tiempo) sociales, espaciales y territoriales, urbanas, culturales, etc. La actividad turística ya hace mucho

44 "Burtenshaw et al. (1991) claimed that in large cities, the Central Tourist District (CTD) will comprize of several concentrations of tourist attractions and services linked by linear routes, termed "tourist corridors". Therefore, in large, multifunctional cities, tourist characteristics in terms of length of stay and number of visits will have strong impact on their patterns of consumption." (Shoval e Raveh: 2004)

45 (...) "the answers are assumed to be either more or less self-evident or of less importance than the wider questions about motives and impacts." (Page, 2010)

que no es marginal o paralela sino es general y estructural⁴⁶ (aunque en ciudades de grandes dimensiones este proceso puede tardar más). Es un componente constante de las sociedades (occidentales) y es objeto legítimo de estudios de diferentes disciplinas desde la sociología a través de la geografía humana hasta las teorías de urbanismo (no hablando de la arte en general que frecuentemente recorre al turismo como tópico inspirador⁴⁷ por su característica de ser actual, reflejo de la modernidad, y también, un poco anodino, trivial y poco sofisticado)⁴⁸.

Las actividades de los turistas son influenciadas (Page, Gospodini) por las condiciones —físicas, sociales, culturales, de los transportes, económicas, etc.— de las ciudades y conocerlas, particularmente sus contextos en términos espaciales, revela (dice Ashworth, Page, McKercher, Shoal) informaciones importantes sobre la ciudad.

El papel del turismo, fenómeno con capacidad de formar y transformar espacios urbanos⁴⁹, es ampliamente reconocido. Esto es particularmente verdad en el caso de las ciudades de hoy: con las palabras de Page (2010), el paisaje urbano posmoderno sufre una constante y repetida evaluación, reconstrucción y cambio de imagen para que pueda competir por el consumo de los turistas⁵⁰. Y aunque el turismo no sea elemento imprescindible de la economía de las ciudades grandes, su papel es reconocido en la capacidad de transformarlas (Ashworth, 2003).

El turismo a menudo sirve como propósito para estrategias de desarrollo económico, por ello entender la dinámica y patrones espaciales del turismo puede, entre otros, revelar las características del funcionamiento de las ciudades (Ashworth y Page, 2010)⁵¹, facilitar el diseño de políticas turísticas, informar sobre el grado de polarización de los espacios, mejorar la gestión y equilibrar la presencia y flujo de los

46 (Barrado e Calabuig, 2001)

47 Fotógrafos como Martin Parr, artistas plásticos como Duane Hanson, literatura, música, películas (El turista, por ejemplo), etc.

48 (MacCannell, 1976)

49 Judd y Fanstein en *"The Tourist City"*, entre otros

50 *"The postmodern urban landscape is one undergoing a constant re-evaluation, redevelopment and re-imaging to compete for consumption expenditure."*

51 *"(...) such spatial patterns, and the functional associations that underlie them, may reveal much about the functioning of the city (...)"*

turistas sobre el plano de la ciudad, proporcionar puntos de partida para el planeamiento urbano, etc. o mostrar discrepancias entre realidad y pautas oficiales, aportando información al diseño de proyectos (tanto urbanos como turísticos).

Durante las décadas de su crecimiento, extensión y popularización, el turismo devino en uno de los motores más importantes en los procesos de la transformación de ciudades y territorios y se transformó en un intento de desarrollo social y económico de muchos países.

En la última década, en varias de las ciudades turísticas europeas el turismo vertiginosamente cambió los aspectos de la vida y paisaje urbanos: la convivencia entre turistas y residentes se tornó conflictivo, hubo cambios bruscos en la estética visual y en las identidades de las ciudades, por falta de estrategias y políticas con visión a largo plazo (caso típico de Barcelona, que sufre unas transformaciones negativas e probablemente irreversibles por causa, entre varias razones y posibles explicaciones, de la masa turística desigual a su tamaño).

•

Así, conocer los resultados indeseados o colaterales de un turismo demasiado intenso y reflexionar sobre ello y, particularmente, sobre los procesos e instrumentos en cambio, planes, proyectos y estrategias emergentes en relación a ello es un modo de entenderlo y hacerlo inteligible en relación con su tela de fondo, la ciudad.

La discusión actual - los otros que lo han abordado y lo abordan

Aproximación general

La interdisciplinariedad de los estudios de turismo tiene como consecuencia la coexistencia de diferentes aproximaciones desde varios campos de estudio, del punto de vista antropológico, semiótica, filosófica, de urbanismo y arquitectura, de transportes, de geografía humana, etc. Varios autores de trabajos pioneros en turismo apuntan al hecho de que el canal del diálogo entre los tres focos más grandes de

atención hacia el turismo, las humanidades, el planeamiento urbano y las prácticas del turismo es demasiado estrecho: entre otros Ashworth (2003) quien describe la escasez de las investigaciones en turismo urbano como una doble negligencia en donde “aquellos que estudian turismo desatienden a las ciudades y aquellos que estudian las ciudades desatienden al turismo”⁵² y que hay un “desequilibrio en la atención” hacia el tema.

Desde el *spatial turn* cada vez más atención recibe el espacio en los estudios de las humanidades y eso es una afirmación verdadera para el caso del turismo también: los contextos espaciales del turismo ahora son más importantes que nunca. Como el mapeo y otros métodos de visualización devinieron herramientas recurrentes en cualquier disciplina, en turismo también aparecieron los trabajos que usan el mapeo para recalcar la importancia del lugar y de la geografía. No obstante, en la mayoría de los casos de análisis e investigación, el objeto de los trabajos —aunque con los datos mapeados—, siguen siendo los turistas, los lectores o la propia guía, pero raras veces lo es la ciudad, como será mi caso.

•

En investigación preliminares buscaba textos, dentro del tema de turismo, que sirviesen como soporte de mi trabajo en dos direcciones principales:

- Dado que quise trabajar en un tema sobre la ciudad como fondo de las actividades turísticas y no sobre los propios turistas, me interesaba todo lo que trataba de cuestiones de la espacialidad del turismo en ciudades grandes. Dentro de esta dirección tuve que revisar tanto la literatura sobre planeamiento urbano como trabajos de la geografía humana y urbanismo.

⁵² “those studying tourism neglected cities while those studying cities neglected tourism”

- También, como planeaba trabajar con guías turísticas como herramienta de análisis porque éstas están en una posición intermediaria entre los turistas y los lugares del turismo, y tienen influencia en ellos al mismo tiempo que son influenciadas por ellos, buscaba textos que se basan en guías turísticas pero no se hablan —por lo menos no exclusivamente— sobre las propias guías o sobre los turistas. Me quedó claro rápidamente que aunque haya mucha literatura sobre turismo urbano, la mayoría no habla de la espacialidad en concreto (o habla sí, pero no de ciudades grandes sino de *resorts*, de parques temáticos, o de regiones etc.), y que aunque haya literatura sobre y con guías turísticas, no está enfocada en la espacialidad que ellas potencialmente representan (sino en la estructura del propio libro, en la construcción del imaginario, en la representación de los espacios, etc.).

En continuación presentaré el estado de arte y los autores que consulté en estas dos direcciones principales.

Aspectos espaciales de la actividad turística: clústers, corredores, núcleos

Coincidiendo con el auge del turismo de masa y las condiciones económicas que permitieron la recuperación urbana y obras de mejoramiento de muchas ciudades grandes, nacieron varios trabajos sobre gestión urbana cuyos aspectos espaciales los cuales —sin pretender dar una lista exhaustiva— merecen ser mencionados.

Judd (1998) analizó los ingredientes necesarios (corredores, centros, subcentros, etc.) del planeamiento urbano y gubernamental de las ciudades estadounidenses para desarrollar su potencial para atraer turismo y habla de la naturaleza aglomerativa de los componentes que conforman el espacio turístico.

Terrazas (1993) habla de los ejes como fuerzas sistematizadoras en las grandes ciudades.

Jansen-Verbeke (1986) elaboró una teoría sobre dicotomías como concentración-dispersión, combinación-segregación.

Michalkó (2000) analiza los cambios en los lugares turísticos de las ciudades en transformación política como Budapest y el papel de las estrategias turísticas de los gobiernos locales en ello.

Gospodini (2001) busca la relación entre la forma física de la ciudad y las prácticas espaciales de la actividad de ocio y Gunn (1972) habla de los clústers y concentraciones dentro de la ciudad.



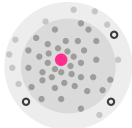

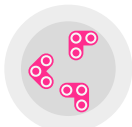
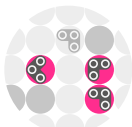
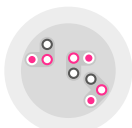


El trabajo de Pierce (1998) sobre la distribución espacial de los clústers turísticos, la conexión entre ellos y usos del suelo en París trata del tema en términos de la estructura urbana, relacionada con el turismo. Sostiene que en ciudades policéntricas y en grandes ciudades turísticas varios tipos de distritos turísticos pueden aparecer, y en todos se puede observar una clusterización marcada de los servicios relativos al turismo. Pierce, al estudiar los usos de suelo, por primera vez utilizó la categoría de turismo como uso de suelo. Dedujo que zonas de uso de suelo diferentes generaban zonas turísticas diferentes. Sus preguntas de la investigación eran ¿cómo identificar conexiones entre concentraciones tipo clúster o tipo lineal? y si la proximidad geográfica implica o no la integración funcional.

Segundo Lue et al. (1993) los grupos de atracción tienen más éxito si están arreglados espacialmente en una secuencia lógica que aleatoriamente.

Weidenfeld, Butler and Williams (2009) asumen que dentro de espacios turísticos, es decir destinos, para mantener la fuerza de atracción del lugar la compatibilidad entre atracciones es imprescindible. Según ellos la fuerza de atracción es una serie de relaciones complementares entre atracciones turísticas.

Ashworth (1990) aporta al tema un modelo descriptivo de la ubicación de hoteles urbanos, la idea de ciudades dentro de la ciudad. Propone observar el fenómeno del punto de vista del usuario, es decir, del turista. Afirma que uno de los problemas principales de la policentralidad es establecer y mantener la conexión entre subcentros.

Cuadro 2. Aspectos espaciales de la actividad turística: clústers, corredores, núcleos.

<i>esquema general espacial</i>	<i>componentes, tipología, teoría</i>	<i>autor(es)</i>
	- corredores - centros - subcentros	Judd (1998)
	- ejes metropolitanas	Terrazas (1993)
	"dicotomías" - concentración-dispersión - combinación-segregación, etc.	Jansen-Verbeke (1986)
	- relación entre la forma física de la ciudad y las actividades de ocio	Gospodini (2001)
	- clústers y concentraciones dentro de la ciudad	Gunn (1972)
	- relación entre la estructura urbana, uso de suelo y los clústers turísticos	Pierce (1998)
	- puntos de atracciones con secuencias espaciales lógicas	Lue et al. (1993)
	- concentración de atracciones compatibles	Weidenfeld, Butler y Williams (2009)
	- hoteles urbanos: ciudades dentro de la ciudad - conexión entre subcentros	Ashworth (1990)

Fuente: elaboración propia.

Guías turísticas

Las guías turísticas —testimonios del ascenso, auge y declive de los lugares, de la estrecha interrelación entre turismo y ciudad y, también, ejemplos de la representación espacial—, “ofrecen una fuente importante de información sobre lugares” (Lew, 1991). Conociendo los detalles espaciales grabados en diferentes momentos de la historia de la ciudad, encontramos propiedades subyacentes de ella tales como las consecuencias de la evolución de la red de transportes públicos, la sobrecarga o inexistencia de atracciones turísticas en una parte del territorio, indicadores de las dinámicas del cambio territorial o conflictos entre planeamiento gubernamental y prácticas de turismo.

Las guías son, por excelencia, **retratos fieles de la situación social, urbana, económica, geográfica** en un momento específico de un lugar, que puede ser tan amplia o ancha como un barrio, una ciudad, región, estado o país. Son la estampa de un conjunto de dinámicas, sinergías, constelaciones espaciales, sociológicas, políticas, estéticas etc. de una dada época cuya duración puede variar —dependiendo de la fecha de publicación de la guía— desde una época larga (en el caso de guías antiguas) hasta un año (en el caso de las guías contemporáneas).

Bhattacharyya (1997) afirma que “las guías turísticas son componentes del sistema del turismo” y que son una “parte crucial del proceso turístico, porque son mediadores de la relación entre turista y destino, entre huésped y anfitrión”.

Lew (1991) dice, que podemos considerar a las guías turísticas como libros llenos de revelaciones y gran ayuda en interpretar el mundo alrededor de nosotros. Lew cita otra fuente (Jamal y Kim) al constatar que los medios simbólicos contemporáneos en turismo, entre ellos las guías turísticas y dos otros géneros de literatura de turismo, la lectura de viajes y los cuentos de los viajeros⁵³ tienen un papel importante en la promoción de lo auténtico en destinos turísticos.

⁵³ *travel writing and Travellers' Tales*

Pearce (1982) dice que las guías turísticas proporcionan un medio importante de orientación espacial y social en el destino. Enfatizando ciertas atracciones y omitiendo otras, proponiendo ciertas experiencias y desaconsejando otras, la guía constituye un marco dentro del cual el turista puede vivir la experiencia de un sitio. Las guías turísticas identifican y popularizan ciertos lugares como marcos turísticos. También Cohen (2005) constata que las guías turísticas “son frecuentemente mencionados (por los turistas) como fuentes de información muy útiles que influyen la selección de las atracciones y recorridos”. Varios autores coinciden (MacCannell, 1976, McKercher y Lau, 2008, etc.) en que la literatura de viaje es escrita específicamente para asistir a los viajeros (particularmente modernos y quienes tienen un tiempo limitado para vacaciones) en el proceso de selección a la cual se recurre cuando uno quiere entender el ambiente tanto simbólico como espacial del destino.

MacCannell (1976) afirma en su teoría sobre la semiótica del turismo, que virtualmente cualquier lugar, evento u objeto puede devenir un punto de atracción si están presentes los elementos necesarios: el turista, el punto de atracción (*sight*, en inglés) y el *marker*, a través de lo cual el turista identifica el punto de atracción y le da significado. Pensando así, las guías turísticas son *markers*, porque ubican —a través de mapas, direcciones, descripciones—, identifican —dándoles nombres y respectiva traducción— a los puntos de atracción y proveen al turista con una explicación sobre la importancia del dicho punto. El comportamiento del turista —si acepta o si sigue las propuestas de la guía turística—, entonces será el resultado de la interacción entre la motivación personal, la experiencia vivida en el destino y el medio que hace el enlace y la comunicación entre los dos anteriores, que entre otros puede ser la guía turística.

•

A pesar del hecho de que las guías turísticas como objetos de análisis no abundan en las investigaciones académicas, algunos investigadores recorren a ellas —aunque estos trabajos tengan perspectivas diferentes de la mía. Como dice Bhattacharyya

(1997), “las guías turísticas son elementos comunes aunque poco analizados del sistema de turismo”.

En las investigaciones sobre literatura de viaje o en trabajos que usan como herramienta las guías turísticas el método más usado es el análisis de contenido la que puede basarse, p. e. en el contenido textual, en la relación texto-imagen, en el tamaño de las imágenes, etc., en forma de interpretación textual acompañado por gráficos y mapas.

Por causa del peso de la importancia en mi trabajo de las guías turísticas, en continuación presentaré tres ejemplos para el uso de guías turísticas como herramienta en más detalle:

- 1) MacCannell (1976) en su libro “El turista” dedica un capítulo entero al análisis de dos guías turísticas. Una es una Baedeker⁵⁴ de 1900, otra es la Practical Guide⁵⁵, de la misma fecha de publicación.

MacCannell escoge el *fin-de-siècle* parisino para la época de su investigación por, con sus palabras, “ese tiempo representar el primer momento cuando el turismo en masa y sus instituciones suportivas fueron establecidas en la forma en la que las conocemos hoy día”⁵⁶, París porque esta ciudad ya en esa época era un destino turístico concurrido y, los dos libros porque, por un lado ambos son famosos, imprescindibles y fiables⁵⁷, y porque son direccionados a turistas de diferentes presupuestos⁵⁸, por otro.

54 *Paris and Environs With Routes From London to Paris: Handbook for Travelers* Leipsic: Karl Baedeker Publisher, 1900

55 *The Anglo-American Practical Guide to Exhibition Paris: 1900*. London: William Heinemann

56 “I have gone back to the turn of the century to examine these sights because this time represents the first moment when modern mass tourism and its support institutions were fully elaborated as we know them today.”

57 “The question of Baedeker’s comprehensiveness, then, is academic” y “If a sight is not mentioned in any guides, it is unmarked, it is not an attraction from the standpoint of institutionalized tourism, and it is not likely to be visited much by tourists.”

58 “distinctive upper-crustiness” y “penny-pinching middle-class stance”

Como consecuencia de las diferencias económicas, las atracciones listadas en las dos guías turísticas difieren: por ejemplo la Practical Guide desaconseja ir a la *rue de la Paix*, calle de las más caras tiendas de toda París, mientras la Baedeker envía sus lectores directamente para allá.

Las dos guías son comparadas en su contenido textual de punto de vista de lo social: el turista solvente de Baedeker entiende francés (las descripciones de Baedeker son salpicadas de palabras francesas), el público de la Practical Guide habla apenas un idioma; Baedeker orienta sus lectores a lugares del cotidiano menos turísticos como los drenajes y rastros, la Practical Guide hace una severa selección de este tipo de lugares.

Como una de las teorías más importantes de MacCannell es que el turismo sea un producto de la modernidad, en ese capítulo de su libro su interpretación sobre la estructura, tono de narrativa, lista de atracciones etc. de las dos guías soportan esa teoría, de modo que el análisis sea hecha siempre desde ése ángulo. También, los orígenes de la curiosidad por el auténtico, otra teoría de MacCannell, son identificables aquí: según MacCannell la atracción de Baedeker por lugares poco estéticos como el drenaje público es un indicio de una curiosidad⁵⁹ de los turistas de masa (la mayoría, trabajadores con vacaciones pagas) de los años de posguerra por el lugar de trabajo, de vida etc. del “otro trabajador”.

- 2) El trabajo de Lew (1991) es un análisis de contenido de cuatro guías turísticas escritas al inicio de los años 80 sobre la isla-ciudad de Singapur, con el objetivo de compararlas en términos de su manejo del espacio como destino del turismo urbano. Se basa en el análisis y comparación del

59 "The realization that all the social establishments of the city, be they domestic, commercial, industrial, or cultural, no matter how unrelated they are on the surface, are interconnected underground, excites powerful touristic passions."

contenido textual de cuatro guías turísticas de esa ciudad, escritas para usuarios de diferentes segmentos del mercado turístico. Dos de ellas son destinadas para viajeros en masa, una está dirigida a un grupo específico de jóvenes independientes, la cuarta representa la percepción de residentes extranjeros en Singapur.

La hipótesis de ese estudio es, por un lado, que los turistas buscan experiencias que son complementarias en relación a sus modelos culturales y se encajan en ello, con los cuales se identifican y, que las guías turísticas expresan diferentes orientaciones ideológicas y patrones espaciales de movimiento según segmento de mercado, por el otro.

El marketing de los símbolos e imágenes influyen el comportamiento de los turistas en el espacio turístico y la mayoría del marketing de un lugar toma forma de literatura de viaje, evidencia Lew y asegura que tal como los *flyers* o folletos, las guías turísticas tienen función tanto simbólica como práctica, pero son más apreciadas no solo por ser compradas y no obsequiadas sino también por ser más exhaustivas y precisas, es decir, más “serias” que otro tipo de información turística; por eso se puede constatar, concluye Lew, que el movimiento espacial de los turistas está más conectado a las guías turísticas que a otro tipo de literatura promocional. Las guías turísticas sirven como medios de orientación, tanto en términos espaciales como sociales, culturales, etc. Al destacar unas atracciones y no mencionar otras, enuncian afirmaciones sobre el lugar de género ¿qué merece la pena visitar y qué no, ¿adónde ir y por dónde no pasar, etc. Los diferentes tipos de literatura de viaje están escritos con el propósito de asistir en el proceso de la selección que el turista hace en el destino: de las muchas posibilidades y oportunidades escoge lo que le interesa y lo que cabe en su tiempo limitado. Por lo tanto, dice Lew, la literatura del viaje no solo forma las expectativas y el imaginario sobre el destino sino moldea

también el comportamiento espacial del turista.

El análisis de contenido que el autor llevó a cabo consistió en el cálculo numérico de la ocurrencia de una atracción, tal mención sea textual, publicitaria o sea una foto o mapa. El autor determinó las subcategorías de las variables del análisis, atribuyendo valores a cada atracción por actividad o interés (*shopping*⁶⁰, atracciones rurales, escenas urbanas, arquitectura, etc.) y por temática⁶¹ (tradicional asiática, asiática contemporánea, etc.). Las tres características base del análisis —la localización, el peso generado por la frecuencia y la subcategoría temática perteneciente a cada punto de interés— fueron mapeadas e después interpretadas.

Lew aplicó la expresión “atracción de fascinación”⁶² en su trabajo a las atracciones descritas en un lenguaje literario, colorido y extenso y en fotografías de color y de tamaño grande, y define este tipo de atracciones como las de más interés entre turistas que visitan a Singapur porque a través de estas herramientas se construye el simbolismo del destino.

Las conclusiones principales del estudio son que cada guía tiene una perspectiva distinta según el mercado hacia cual está dirigida, por lo tanto la configuración del turismo urbano en esa ciudad tiene características diferentes según motivación, experiencia previa en el destino y modo de explorar. En términos espaciales, la estructura espacial presentada por las guías es esencialmente idéntica, pero varía en la orden de importancia, es

60 Hacer compras es un aspecto importante del turismo y, como dice Lew, es a menudo la única oportunidad para los turistas para tener experiencias con los locales.

61 Lew categorizó a las atracciones en cuatro grupos temáticos según lugar y tiempo (cultura local y extranjera combinada con el binomio de “histórico” y “moderno”). En el caso de Singapur, la categoría “asiática tradicional” es el más típico del concepto general de atracción turística pero pesa menos en comparación del total de las atracciones.

62 “These “fascination” attractions are the core of the image-making and symbolism identification role which guidebooks provide.”

decir, los libros concuerdan en el núcleo⁶³ principal (que tiene la densidad más alta de las atracciones), pero muestran diferencias cuando se trata de intereses espaciales de segmentos minoritarios de turistas (alternativos, *expats*, etc.).

- 3) Otro ejemplo para la investigación basada en el análisis de guías turísticas es el trabajo de Bhattacharyya (1997). Él afirma que las guías turísticas son “partes cruciales” del proceso turístico, porque funcionan como mediadores entre turista y destinación, entre anfitrión y huésped. Analizar guías turísticas, según Bhattacharyya, es parte de un análisis más amplia de los productos culturales del Occidente y, también del discurso sobre el “otro”. Bhattacharyya enfatiza el lado representativo de las guías turísticas (en particular, de la *Lonely Planet India* 1993, la base de su trabajo): analiza primero las características del tipo de narrativa del libro, después las representaciones e imágenes sobre India y como último el papel de la guía turística en el proceso de mediación entre locales y turistas occidentales. En esa última parte critica la posición del autor (o autores) del libro en fallar en ese mismo papel de mediador entre turistas y población local.

Bhattacharyya primero somete a *Lonely Planet India* a un análisis contextual semiótica según cual el texto está escrito en estilo informal, evita usar singular o plural primeras personas y está escrito en la voz de un “narrador implícito”. Dirígese al lector en singular segunda persona como si fuera un cotorreo acompañado de una bebida cualquiera. Bhattacharyya llama la atención a dos características importantes: a la voz autoritaria y a la “postura ética”. *Lonely Planet* representa India en un modo autoritario, como si fuese la de ella la única voz legítima. Bhattacharyya opina que el libro

63 Según las denominaciones del modelo espacial de Gunn (1972) (*nucleus*, *core tourist area*)

presenta materiales interpretativos sin argumento y afirmaciones evaluativas (no están identificados los criterios de evaluación de los hoteles o restaurantes p.e.).

En la segunda parte del análisis Bhattacharyya afirma sobre las representaciones que “las guías turísticas seleccionen las atracciones, incluyen a unas y omiten otras. Unos puntos en el entorno están destacados como merecedores de la atención del turista y en este sentido la guía turística separa el auténtico del no auténtico”. Dice que las fotos son particularmente potentes en el proceso representativo de una cultura ajena y en este sentido la *Lonely Planet* India hace una selección en detrimento de la faceta moderna de India: solo representa lo exótico, colorido y raro hasta el punto de que solo lo que es tradicional y étnico es atractivo, así atribuyendo a India el papel de ser un camino de fuga de lo moderno.

La tercera parte del texto se basa en el marco de análisis de Cohen de las funciones de la guía turístico, y la premisa de Bhattacharyya para ello es que la guía turística (el libro) es, prácticamente, el suplente de un guía turístico (una persona). Según esta categorización, la guía turística es instrumento de navegación y de mediación.

Bhattacharyya concluye que las imágenes y la mayoría de las fotos están seleccionadas de modo que no haya indianos en frente del patrimonio arquitectónico histórico, como si los indianos de hoy no harían parte del legado de la arquitectura grandiosa del antaño. Los indianos solamente aparecen en composiciones que representan lo exótico. Así que la representación de la India de hoy presenta una dicotomía de un pasado glorioso y de un presente exótico, sin conexión entre los dos, critica Bhattacharyya. El individuo “genérico” indiano está depictado como una persona pasiva, que no participa y es, sin tener derecho a protestar, objeto

de la observación.

En el final Bhattacharyya sugiere que sería interesante hacer una comparación a través de guías turísticas sobre lugares diferentes, tal como India y México o Grecia o países asiáticos, o a través de la variación de la narrativa en tiempo, por ejemplo comparar los años 50 con los 90, con el objetivo de conocer las características comunes de las guías turísticas como género narrativo y componente en el sistema de turismo.

El enfoque, asunto, pregunta o hipótesis que se abordará, dentro de la discusión actual

El objeto de mi trabajo es la ciudad de México como destino y campo de actividad turísticos, recorrida por turistas internacionales independientes desde mediados del siglo XIX.

Geográficamente, la definición de la ciudad de México en este caso tiene que ser algo flexible, dado que, por un lado, los contornos de la ciudad han crecido y cambiado desde la fecha de la primera fuente analizada y, algunas atracciones —como p.e. Teotihuacán— siempre han hecho parte del recorrido habitual del turista quien visita a la capital mexicana, aunque estén fuera de los límites de la ciudad, por otro.

El intervalo principal de tiempo de la investigación es la última década (desde 2000), y en una examinación suplementaria al intervalo principal investigué guías turísticas y literatura de viaje más antiguas, desde mitad del siglo XIX.

•

Como **objetivo general**, buscaba encontrar respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Qué configuración espacial tienen las zonas turísticas de la ciudad de México, representadas por las guías turísticas?

- ¿Éstas zonas qué características tienen?
- ¿Qué tendencias muestra la ciudad de México a lo largo del tiempo en términos del uso espacial turístico?

Como **objetivos particulares**, puse como meta final las tareas siguientes:

- Analizar los datos recabados
- Definir los marcos espaciales de las zonas frecuentados por los turistas
- Visualizar los nudos, sus conexiones y eventuales correlaciones
- Conceptualizar y generalizar la información recabada

II. Desarrollo de la investigación

Descripción general

Para poder responder a las preguntas del párrafo anterior y conocer las características subyacentes del contexto turístico de la ciudad de México usé datos extraídos de guías turísticas sobre la ciudad de México, publicadas por editoras extranjeras para turistas extranjeros, partiendo de la afirmación de varios investigadores (MacCannell, Page, Cohen) de que las guías turísticas son elementos importantes del sistema turístico, son en posición intermediaria entre la ciudad como objeto del turismo urbano y los turistas (aun en una era con acceso muy fácil a información gratuito, como la internet, folletos, mapas de obsequio, etc., las guías turísticas siguen siendo usadas por los turistas, tanto en la fase pré-viaje, como durante de ello y hasta después también) y son fuentes importantes de información sobre la ciudad.

Descripción del proceso de trabajo realizado, las tareas, actividades, trabajo de campo, entrevistas y pruebas desarrolladas

He tenido la intención de conocer las dinámicas espaciales de los turistas internacionales en la ciudad de México también a través de otro canal, preguntando directamente a ellos sobre sus experiencias y prácticas.

Dificultades...

No obstante, varios factores, principalmente burocráticos, dificultaron la colección de material en lugares representativos (como el Aeropuerto Internacional) y no logré alcanzar un número representativo de datos. A pesar de esto, considero interesante la información recabada de las entrevistas que hice a turistas, promotores, a dos dueños de hotel. Además todos: los turistas, tal vez por una reacción medio automático en defensa de sus datos personales o por ser cansados de ser objetos de sondeos; los promotores, por razones lucrativos y por recelo de la concurrencia; los dueños de

hoteles, por miedo de repercusiones al ser revelados sus datos económicos, no dieron autorización de cualquier dato personal suyos.

•

El primer paso de mi investigación fue la recolección de un número suficiente de guías turísticas escritas sobre la ciudad de México. Las bibliotecas universitarias mexicanas con vasto material en el tema de turismo (como la sección especializada en turismo de la Biblioteca del Instituto Geográfico de la UNAM en la ciudad de México) no cuentan con una colección de guías turísticas, ni actuales ni antiguas.

Según consejo de mi director de tesis entré en contacto con un bibliotecario de una colección geográfico sobre México en general de la Biblioteca de la Universidad de Texas, en los Estados Unidos. Me fue posible acceder a unos materiales digitalizados, entre otros guías turísticas antiguas y mapas de la ciudad de México, pero la mayoría de los libros se quedó fuera de mi alcance, desgraciadamente.

Aún en **México**, en un otro intento contacté editoras internacionales (Geoplaneta, Baedeker, Fodor's, Michelin, Lonely Planet, etc.) para recibir información sobre sus publicaciones para fines académicos. Dos de ellas respondieron a mis preguntas: el sucursal mexicano de Geoplaneta me ofreció consultar *in situ* sus libros, y la casa Baedeker, que justamente en esas alturas (2009) empezó a construir su archivo digital, fue tan amable de me enviar los materiales hasta entonces digitalizados de sus publicaciones anteriores. Lonely Planet dio mi contacto al equipo de autores de la edición México y *Mexico City* para que me contactasen pero tal contacto nunca se realizó. El resto de los libros compré en librerías (los actuales) y en tianguis (los antiguos), en anticuarios, o descargué de páginas de internet especializadas o los pedí prestado.

Durante la estancia en **Budapest**, pude acceder libremente al archivo del Instituto Geográfico de la Academia Húngara de Ciencias y consultar la literatura más reciente sobre geografía humana y turismo.⁶⁴

En **Barcelona**, una biblioteca pública especializada en literatura de viaje tenía varios tomos de guías turísticas diferentes sobre la ciudad de México que se pudo consultar. En Barcelona —ciudad muy afectada por los efectos negativos del turismo y con conflictos diarios entre turistas y residentes—, pude participar en debates, conferencias y programas sobre turismo en general y, en un evento sobre el papel de guías turísticas en la investigación turística, en particular⁶⁵. También recibí —después de haber visitado una exposición sobre guías turísticas antiguas sobre Barcelona— consejos útiles y literatura especializada directamente de los organizadores⁶⁶.

Otro tipo de dificultad (consecuencia del anterior) que tuve que enfrentar fue que las guías seleccionadas eran de diferentes fechas, escritas en diferentes idiomas y desde diferentes contextos culturales, dirigidas para diferentes segmentos de mercado. Esta diversidad dificultó la categorización de los variables que iba a presentar sobre el mapa y la comparación de las propias guías turísticas. De todas formas, mi objetivo no fue presentar resultados cuantitativos sino visualizar los datos cualitativos disponibles⁶⁷ y posibles de obtener en una dada fecha, y seguir una posible lógica al establecer criterios bien definidos en el momento del mapeo.

En comparación con los anteriores, he vencido los problemas menores —como el constante cambio de los nombres de las calles en las descripciones de la ciudad (y

64 Con la amable ayuda del Dr. Gábor Michalkó, uno de mis fuentes en este trabajo.

65 Destinació BCN. Història del turisme a la ciutat. 19-20 novembre de 2014, Arxiu de la Ciutat, Barcelona (<http://barcelonacultura.bcn.cat/descobreix/arxiu-historic-ciutat-destinacio-bcn-historia-turisme-saida-palou#.VLUI5bSHP-k>)

66 De la mano de Àngels Solà de la Biblioteca de l'Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona.

67 Lew (1991) habla en su trabajo *Place Representation in Tourist Guidebooks: An Example from Singapore* de las dudas sobre la precisión y fiabilidad de la recolección de datos de guías turísticas. La premisa que aplica al análisis de contenido en su trabajo es que hay una correlación entre, por un lado, la frecuencia o cantidad de menciones de un lugar o de una cierta atracción y el interés del autor y del lector, por otro (Lew se refiere a varios otros autores en su razonamiento). La subjetividad del trabajo, prosigue, se puede minimizar definiendo las categorías establecidas por el investigador y aplicándolas consecuentemente, sin embargo las análisis de contenido tanto semánticas como pragmáticas siempre quedan subjetivas, por el proceso de establecer las categorías a aplicar ser idiosincrásico. La fiabilidad de los resultados, lógicamente, depende del investigador, de la claridad de las categorías y de los datos existentes.

por ende la a menudo difícil identificación de los lugares), la desaparición de ciertos sitios y puntos de interés, los errores ortográficos u otro tipo de incoherencias encontrados en las guías turísticas— más fácilmente, con la ayuda de mapas antiguos y páginas de internet mantenidas por amantes de la historiografía de la ciudad de México.

Objetivo, metodología

El presente trabajo tiene como objetivo mapear las áreas potencialmente turísticas (es decir, aparecen en la guía turística pero no sabemos si los turistas realmente van allí o no) de la ciudad de México en los últimos 14 años (fecha de la redacción: 2014 otoño), visualizar los clústers y otros conjuntos formales resultantes del mapeo de las áreas turísticas, hacer ver las diferencias entre los enfoques, puntos de vista, origen, estilo, género, modalidad, público etc. de las diferentes guías turísticas, demostrar relaciones espaciales subyacentes del mapa de la ciudad de México y tendencias en los cambios en términos sociales, económicas, culturales, etc. de las áreas frecuentadas por turistas, etc.

Para ello, empecé a investigar una serie de guías turísticas sobre la ciudad de México, publicadas durante la última década. Entre ellas hay guías turísticas escritas para un turista semi-independiente (Marco Polo) y para viajeros independientes (*Let's go*, *Lonely Planet*, etc.).

Me interesaba ver también, a lo largo del tiempo, el proceso de la geografía de los cambios de las áreas turísticas de la ciudad de México, y por eso —sin la exigencia de la plenitud— hice el mapeo de otros tantos libros antiguos —guías turísticas u otro tipo de literatura de viaje—, de orígenes e idiomas diferentes, producidos entre los años 1843 y 2000.

Criterios del análisis del contenido textual

En mi trabajo apliqué tanto un método semiótico (cálculo de ocurrencia de las palabras) como pragmático (interpretación del contenido del texto, del estilo, de la estructura, de las imágenes que transmite, los mapas suplementales, etc.) a los textos.

Analicé primero las características de la narrativa, uso de tiempos, la relación entre autor y su público, modos de escribir sobre otros lugares o lugares de los otros, las analogías que los autores hacen para situar a su público, etc. y después las características de cada libro en términos espaciales como por ejemplo método de orientación que la guía sigue o sugiere a su lector, maneras de percibir la estructura de la ciudad. Formalmente seguí el siguiente guión:

- año de publicación, tamaño/ límites de la ciudad, población
- guía o relato de viaje?
- datos: páginas, número de atracciones
- hoteles: número de, ubicación
- centro cognitivo/ económico/ de moda etc. de la ciudad, punto de partida de los paseos
- tipo de transporte, si se forman redes
- mapas, gráfica, qué está enfatizado en ellos, etc.
- curiosidades, observaciones, errores, etc.

Criterios del análisis del mapeo y lógica de la presentación de los mapas

Los datos que extraía de las guías turísticas puse en un mapa para fines de visualizar la configuración de sus datos espaciales.

Usé mapas como herramienta por un lado porque el método de mapeo es una *lingua franca* de comunicación a través de disciplinas, y porque el turismo es un campo de estudio intrínsecamente geográfico⁶⁸, por otro.

68 MacCannel, McKercher, Page y otros

Una cuestión importante fue la demarcación del área de la investigación. En una primera aproximación pareció lógico, si se trata de un análisis de la ciudad de México, quedar dentro de los límites de ella, pero descarté esta solución porque la absoluta mayoría de las guías incluía un *day-trip* a las afueras de la ciudad. Por eso el marco del mapa base fue alargado proporcionalmente para que la zona arqueológica de Teotihuacán (y alguno de otros puntos de interés) cupiese dentro de ello.

He establecido las categorías y subcategorías a mapear. Aparecen en los mapas conceptos como: flujos, datos lineales, puntos de interés e información práctica. Dentro de estos grupos he creado subgrupos y he definido la forma de representarlos (véase *Cuadro 3*).

Cuadro 3. Categorías analizadas en las guías turísticas.

<i>tipo de información</i>	<i>representación gráfica</i>	<i>subcategorías (sin orden de importancia)</i>	<i>características, parámetros mapeados y analizados</i>
- flujos	- líneas de diferentes colores	- pie - taxi - metro - tranvía - trole, pesero	
- datos lineales	- líneas de diferentes colores	- acueductos - canales - estructura	- clústers - la relación espacial con los hoteles y atracciones turísticas
- puntos de interés	- puntos	- bosque, lago, parque, jardín - estatua, objeto - ocio, esparcimiento, patrimonio intangible - mercado, plaza - museo, recinto arqueológico - institución con interés turístico - referencia de orientación - restaurante, bar - iglesia, capilla, panteón - tienda - pueblo, barrio	- distancias más grandes recorridas - centros geométricos, rayos (i.e. distancia), etc. - otros
- información práctica	- cruz, punto		

Fuente: elaboración propia.






En un paso siguiente, he marcado el rayo de acción de algunos puntos de interés, no solo para poder visualizarlos mejor sino también para formar clústers para una interpretación más directa. Determiné tal rayo en 500 metros, siguiendo el método aplicado en el trabajo de Shoval y Raveh y en la investigación de varios otros autores⁶⁹, con base en la idea de que 500 metros son la distancia que uno camina sin perder interés en el entorno si no encuentra en su camino otra atracción o hito.

Acto seguido, ya en la fase de análisis, he estudiado, entre otros, la relación espacial relativa de los hoteles y atracciones turísticas, distancias recorridas más grandes, centros geométricos, rayos, etc. en la búsqueda de posibles clústers. Por ello, se ha preparado 5 mapas por cada guía turística analizada, explicados en la siguiente tabla (ver en la página siguiente)

En las páginas siguientes procederé al análisis de las guías una a una, en orden cronológico inverso.

⁶⁹ "Distance decay theory suggests that demand for any good or service should decline exponentially as distance increases. It is thought to play such an important role in all spatial relationships that it has been identified as the first law geography (Eldridge and Jones 1991). It can, therefore, be considered a universal construct. The idea has been tested empirically in various tourism settings and found to be broadly applicable". (McKercher, Chan, Lam: 2008, *The Impact of Distance on International Tourist Movements*)

Cuadro 4. Los cinco tipo de mapas presentados para cada guía turística analizada

mapa	descripción
<div>1</div> 	Plan total de las atracciones turísticas, rutas más importantes del transporte público, líneas estructurales y de orientación; mapa con todo el tipo de información (flujos, datos lineales, puntos de interés e información práctica), sin escala, incluyendo el área total.
<div>2</div> 	Plan total del rayo de acción de las atracciones turísticas; mapa solo con los <i>clústers</i> generados desde los puntos de interés, sin escala, incluyendo el área total.
<div>3</div> 	Mapa con todo el tipo de información (flujos, datos lineales, puntos de interés e información práctica), sin escala, con <i>zoom</i> en el área del centro
<div>4</div> 	Áreas de influencia de las atracciones turísticas a una escala de las áreas centrales; mapa solo con los <i>clústers</i> generados desde los puntos de interés, sin escala, con <i>zoom</i> en el área del centro.
<div>5</div> 	Localización de los establecimientos hoteleros a una escala de las áreas centrales; mapa con la localización de los hoteles mencionados, sin escala, con <i>zoom</i> en el área del centro.

Fuente: elaboración propia.

Fuente: elaboración propia.

Presentación de las guías turísticas analizadas

He agrupado las guías turísticas en tres grupos principales según orden cronológico. El grupo más numeroso es el que contiene las guías más recientes, desde el nuevo milenio. El siguiente grupo es de las fechas comprendidas entre 1944 y 1984, y el último es del siglo XIX.

El último grupo pertenece a las literaturas de viaje no explícitamente considerables como guías turísticas sino una transición entre relatos de viaje y guías turísticas profesionales en la alba del turismo. El siguiente grupo representa la época del auge del turismo de masa, y el primero —por su vez— es un conjunto de guías oriundas de la época del turismo independiente e individual, de un turismo diversificado.

Guías turísticas recientes

Lonely Planet/ Geoplaneta México, 2011

Por el momento es la última edición (la más reciente saldrá en finales de 2014) de la editora —antaoño ‘hippie’, hoy ya un clásico— de guías turísticas que es considerada año tras año la Biblia de los viajeros independientes⁷⁰. En esta edición española se dedican 78 páginas a la capital mexicana. Se enfoca en una clientela que quiere cubrir todo el país y sólo parte del viaje será pasada en la ciudad de México, que —según palabras del equipo de los autores— es “un lugar de múltiples posibilidades”. Aunque sea una guía turística deliberadamente intelectual, no escapa de algunos estereotipos clásicos y obsoletos (superlativos, números grandes, generalizaciones culturales) para ganar a los lectores hispanohablantes: “apacibles parques y plazas de estilo europeo”, “más de un centenar de museos”, “sus habitantes son extremadamente pacientes y serviciales”.

⁷⁰ Ver más adelante la crítica que Bhattacharyya (1997) aplica al modo de tratar a un lugar y al estilo y discurso de la editora

La novedad, en comparación con las ediciones anteriores, es la aparición de un nuevo tipo de hito, el *landmark*: una estatua grande, por ejemplo (El Caballito, La Giganta), listado en las leyendas de los mapas en *itálico*.

Como habitual en *Lonely Planet* (a continuación: LP), en el inicio destaca lo imprescindible en un cuadro con un mapa esquemático, en este caso es una selección más intangible que lugares en concreto: los murales de Diego Rivera en el Palacio Nacional, las cantinas de las colonias Roma y Condesa, los combates de lucha libre en el Coliseo, el Museo Nacional de Antropología y la Casa Azul.

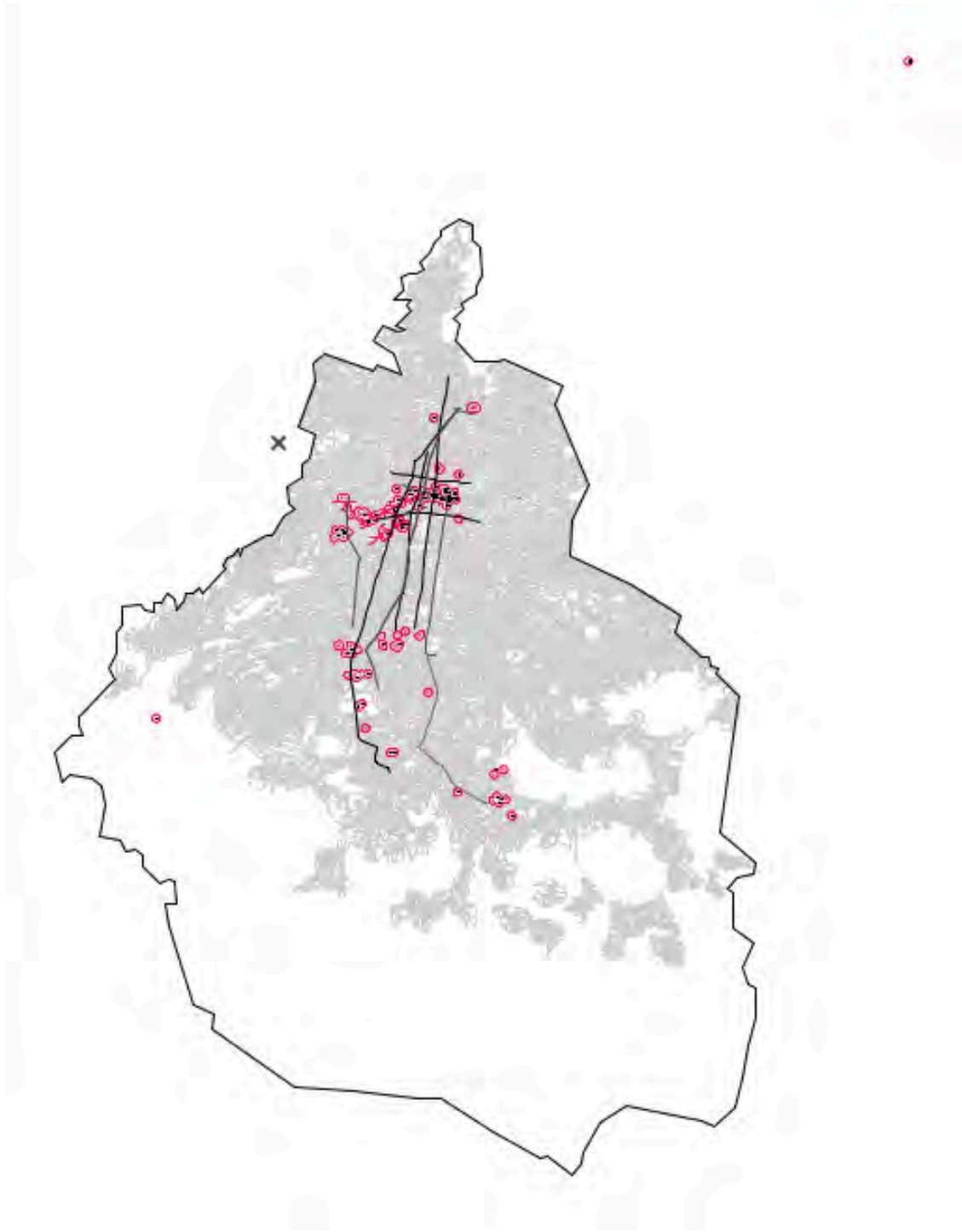
Se ofrece esquemas de visita dependiendo del tiempo disponible del viajero: de dos, de cuatro o de siete días. El inicio en un tono algo autoritario establece el orden de importancia en lugar del propio lector: “al amanecer del primer día hay que estar en el Zócalo”, más adelante de manera menos paternal dice “es el punto de partida más obvio”. La prioridad se da al Centro y aumentando el número de días de estadía se extienden las visitas a las colonias del Sur, Coyoacán, San Ángel, Xochimilco. En vez de visitas a lugares concretos aconseja programas como ver el Ballet Folclórico, hacer compras, sumergirse en la vida nocturna en la Condesa o “relajarse en un café”. Otro apartado trata de las actividades o hitos fuera del habitual, llamado “Ciudad de México insólita”, en el cual caben una discoteca, creencias populares y lugares de ambiente *retro*.

El capítulo “orientación” no detalla la estructura de la ciudad geográficamente o por puntos cardinales sino describe la división administrativa (delegaciones y colonias), menciona el sistema de ejes y destaca la Avenida Insurgentes. Denomina al Zócalo como corazón de la capital y define el Centro. Las colonias Roma y Condesa ya son consideradas por los autores como del Sur.

Trabaja por clústers: es decir nombra una plaza o una atracción y lista los puntos de interés secundarios alrededor de ello.

De errores hay poco, por ejemplo en vez de Secretaría se denomina la SRE como Secretariado.

Los mapas de la marca LP son exhaustivos y bien detallados, contando con la buena capacidad de lectura de mapas del utilizador: son de diferentes escalas y del mismo tipo de leyenda, edición tras edición.



Mapa 1.1. Lonely Planet/ Geoplaneta México, 2011



Mapa 1.2. Lonely Planet/ Geoplaneta México, 2011



Mapa 1.3. Lonely Planet/ Geoplaneta México, 2011



Mapa 1.4. Lonely Planet/ Geoplaneta México, 2011



Mapa 1.5. Lonely Planet/ Geoplaneta México, 2011

Lonely Planet Mexico City, 2008

Publicado en 2008, la guía *Lonely Planet México City*, centrada en la capital mexicana, supuestamente debe aportar mucho más información y en más detalle que el tomo de la *Lonely Planet Mexico* que abarca el país entero.

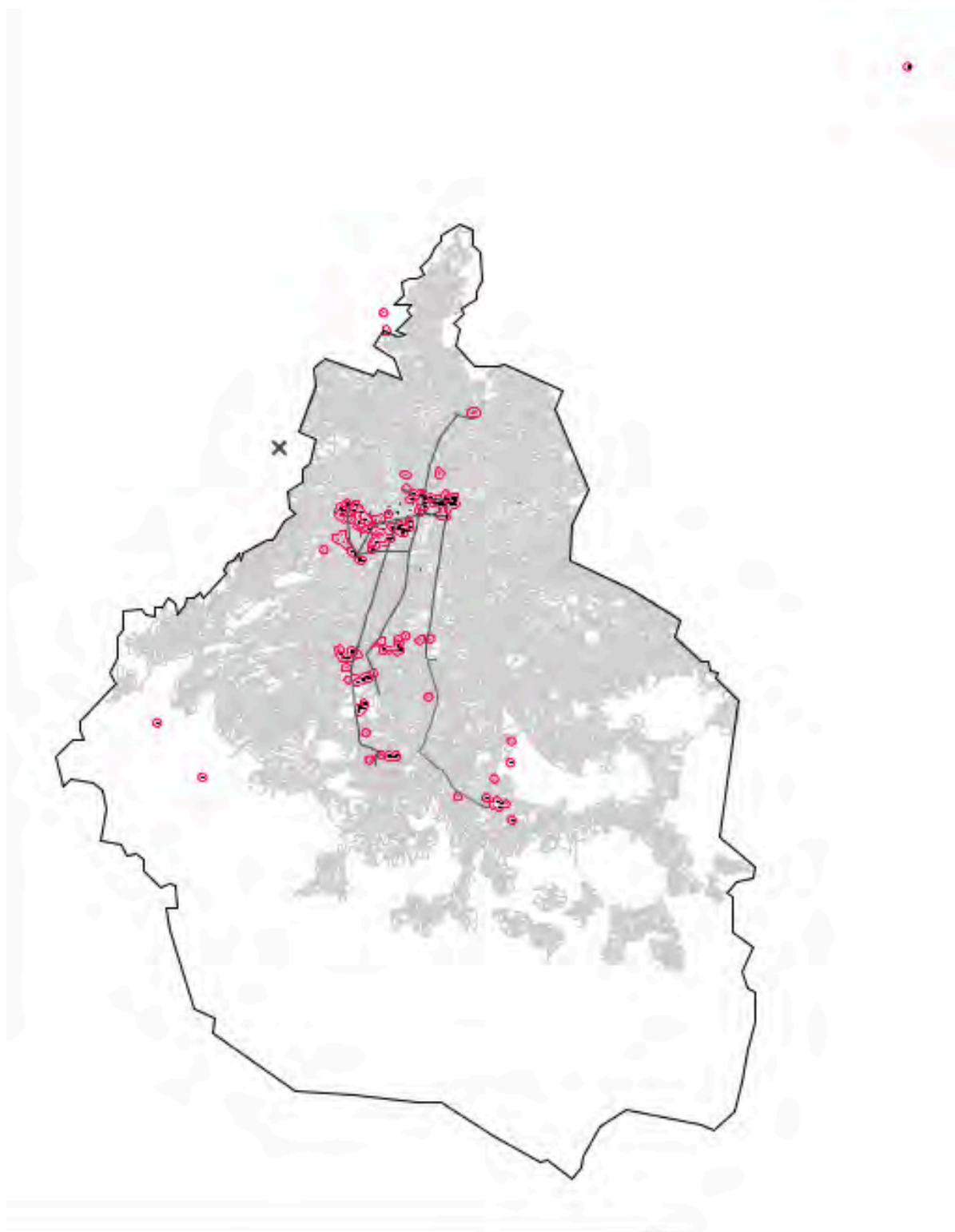
Aunque el elenco de autores no es el mismo (algunos pero no todos de los colaboradores participaron en esta edición y en la otra también), el lenguaje, estructura básica y estilo son aproximadamente idénticos.

Algunas diferencias entre las dos ediciones: la estructura y referencias de orientación son más enfatizadas aquí que en el LP México. En comparación con versiones anteriores de la misma editora, en esta publicación hay más énfasis puesto en el tiempo libre, en pasatiempos y fenómenos culturales. También, dentro de unos subcentros, como Coyoacán o Xochimilco, la guía lista más puntos de interés, la descripción es más detallada, la selección de hoteles es más amplia. Aparecen atracciones fuera de los nudos como p.e. el conjunto de Tenayuca o un subcentro

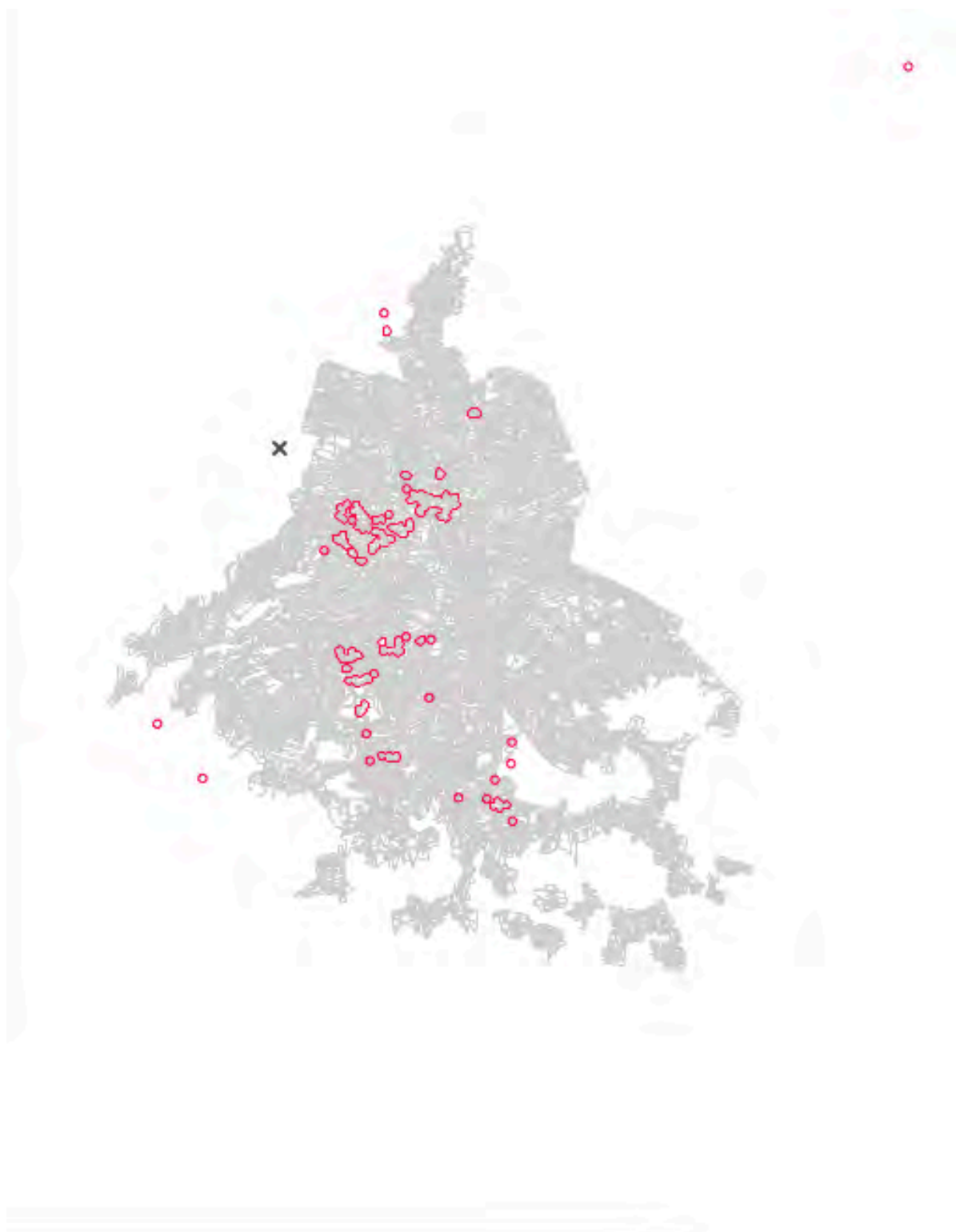
emergente (Santa María la Ribera). Polanco está mucho más cargado de puntos de interés en la versión Mexico City que en la versión general y la línea de la Reforma ganó una continuidad gráfica en 2011, en comparación con 2008. La Condesa en la LP Mexico City tiene más puntos y se avanza adentro de Escandón, empezando a crear una conexión entre Condesa y Tacubaya.

La guía de 2008 lista varias propuestas para pasar medio o entero día en excursión en los alrededores, pensando en los usuarios que probablemente planean pasar más tiempo en la ciudad de México que aquellos que quieren cubrir todo el país.

Marca rutas a pie en diferentes colonias (acompañadas con pequeños mapas): hay una en el Centro que lleva al lector a callejear desde Balderas/ Ciudadela a través de la Alameda y Zócalo hasta Salto del Agua, otra dibuja un circuito en las calles al Norte del Zócalo, hay una en la Roma, en Polanco y en la Condesa, y otras tres en el Sur: en San Ángel, en Coyoacán y en la Ciudad Universitaria.



Mapa 2.1. Lonely Planet Mexico City, 2008



Mapa 2.2. Lonely Planet Mexico City, 2008



Mapa 2.3. Lonely Planet Mexico City, 2008



Mapa 2.4. Lonely Planet Mexico City, 2008



Mapa 2.5. Lonely Planet Mexico City, 2008

Marco Polo “*Mexikóváros*”⁷¹, 2007

Este análisis fue basado en una publicación en idioma húngaro, traducción del original inglés de la marca internacional Marco Polo que se define a si propio como “una nueva e innovadora serie de guías, de alta calidad de impresión, con muchas imágenes en color y llenas de trucos secretos, que es atractiva tanto para jóvenes como para gente no tan joven, y para quien le gusta la diversión y la aventura”⁷². También lleva los mapas de la marca Baedeker.

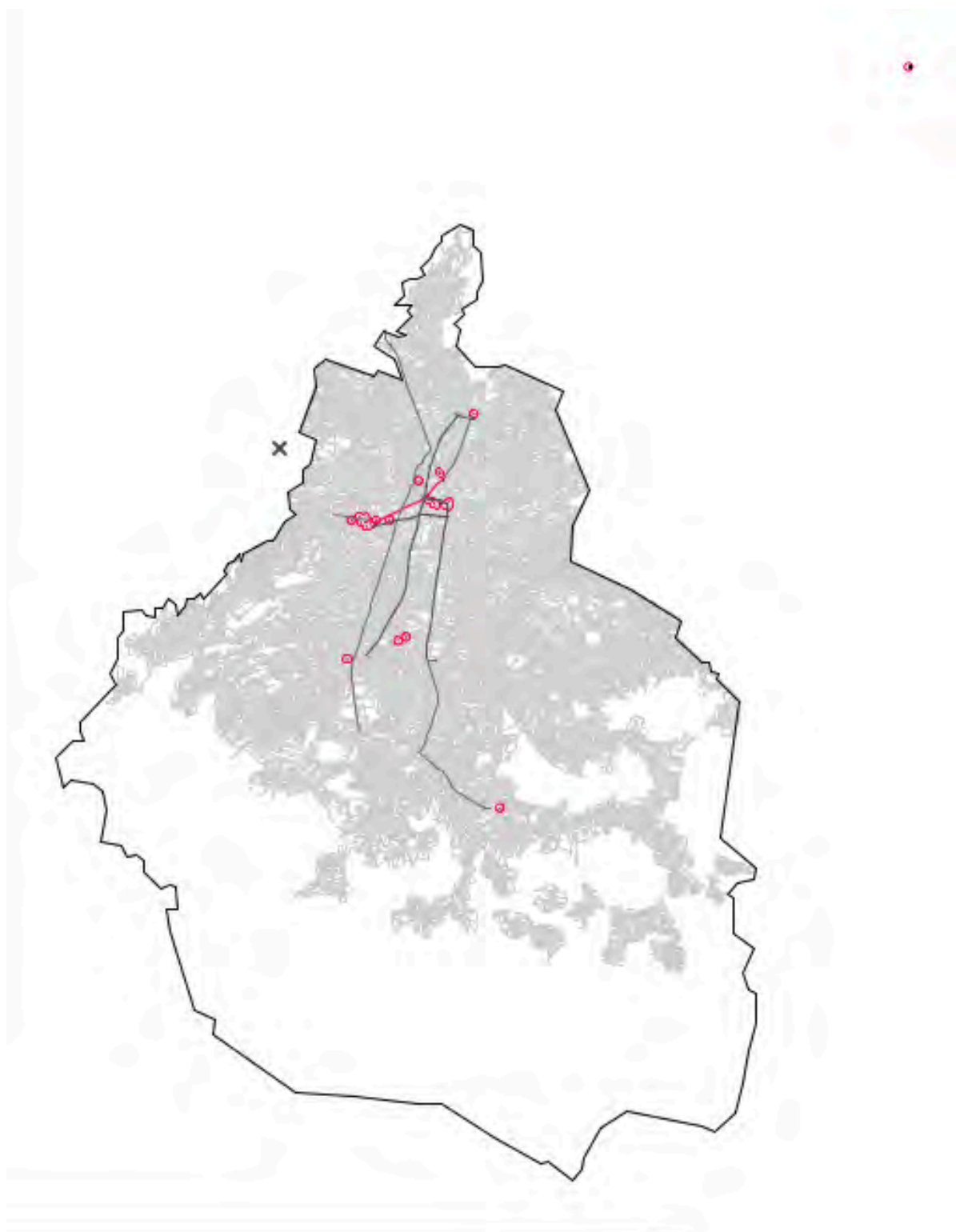
Es una guía muy concentrada y aparentemente para una rápida visita a la ciudad de México, con poco texto, pocos puntos destacados (es el guía con menos puntos de referencia mapeables entre todas) pero con muchas y grandes imágenes en una orden algo caótica. Se puede deducir que es para un turista que no lee o investiga

⁷¹ en húngaro: Ciudad de México

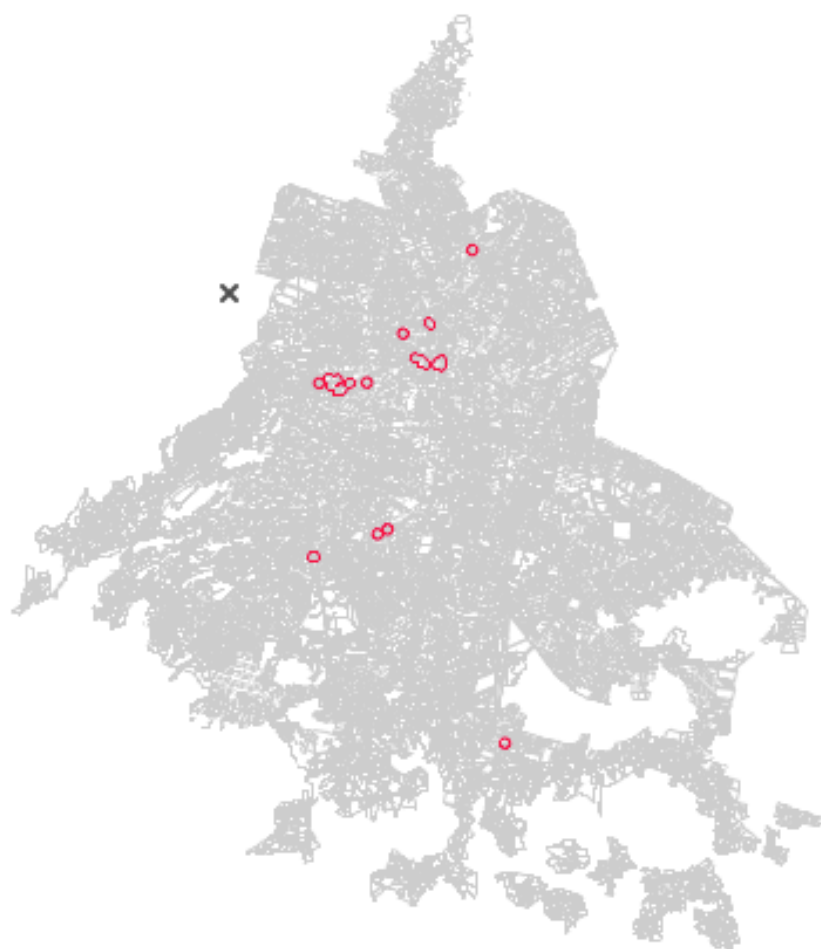
⁷² La autodefinición de los productos según la propia editora: “*Innovative new series of high-quality, compact, full-colour guides packed with insider tips. Marco Polo travel guides are designed to appeal to the young and the young at heart, to those who want to have fun, experience new things and get off the beaten track*”.

mucho antes del viaje (y quizás ni durante el viaje, sino se deja llevar por el ímpetu impulsado por las fotos coloridas del libro).

Se listan Insurgentes como eje regidora y tres líneas de metro a través de las cuales se puede llegar a los puntos mínimamente imprescindibles como —más allá del Centro— la Basílica de Guadalupe en el norte, San Ángel, Coyoacán y Xochimilco en el sur y a la zona central Chapultepec. Se aconseja hacer un recorrido a pie que debe ser a lo largo de la Reforma, y lista nada más nueve puntos en el Centro. También consta con un viaje a Teotihuacán.



Mapa 3.1. Marco Polo “*Mexikóváros*”, 2007



Mapa 3.2. Marco Polo “*Mexikóváros*”, 2007



Mapa 3.3. Marco Polo “*Mexikóváros*”, 2007



Mapa 3.4. Marco Polo “*Mexikóváros*”, 2007

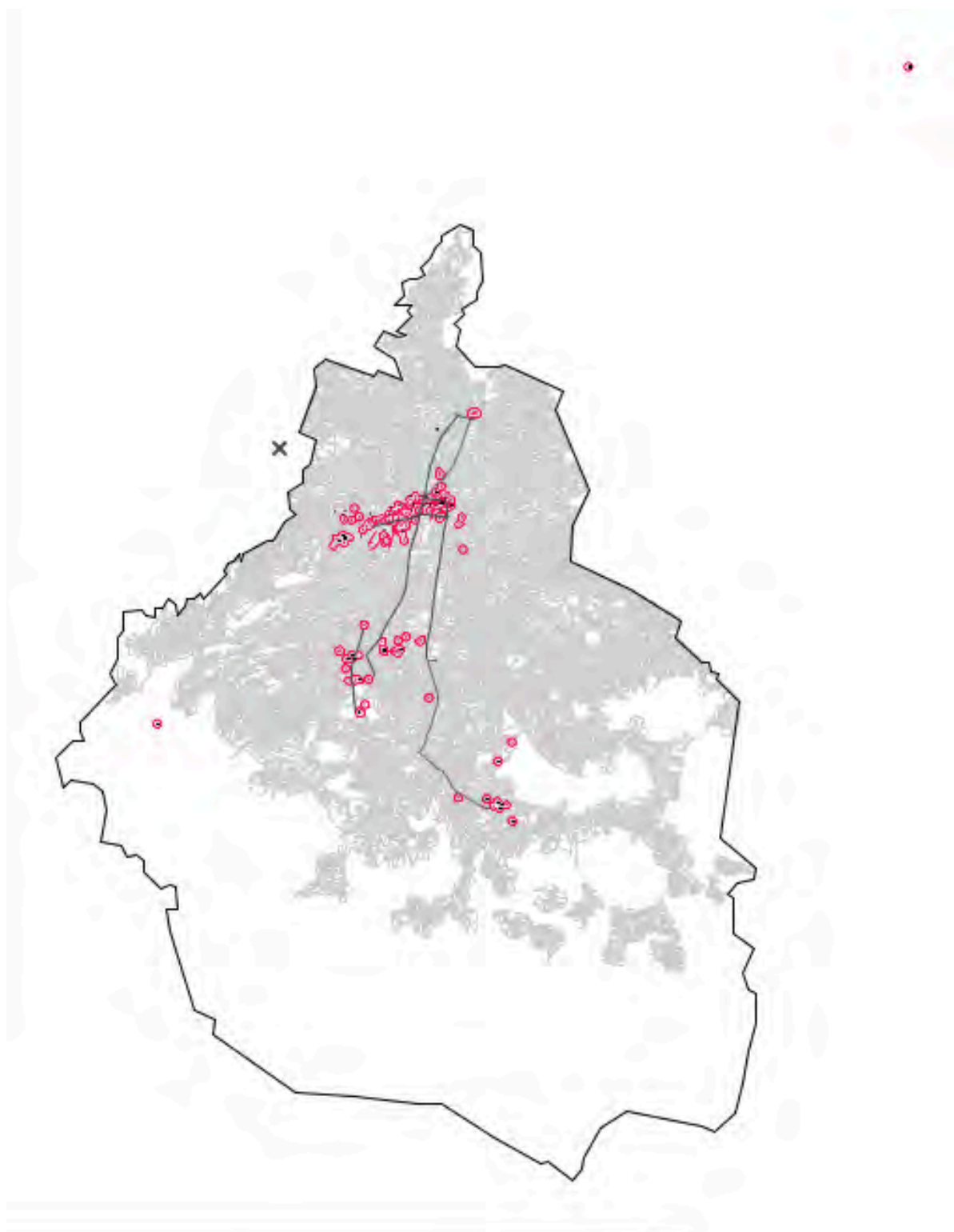


Mapa 3.5. Marco Polo “*Mexikóváros*”, 2007

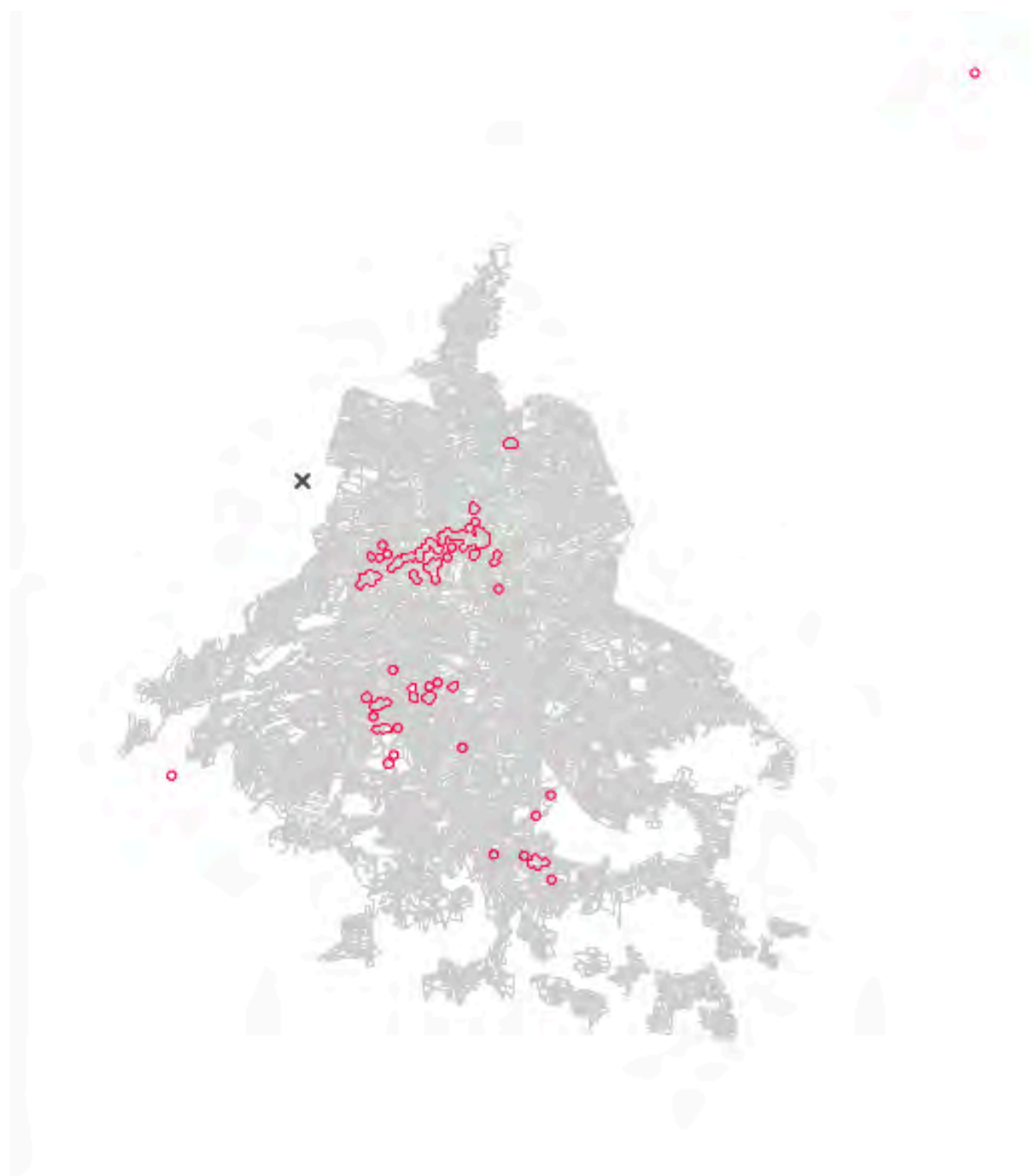
Lonely Planet Mexico, 2003

Con alguna diferencia en puntos mencionados en comparación con la edición de 2011 (esta es una versión en inglés, la otra es en español, editada por GeoPlaneta), representa el mismo tipo de guía turística para el mismo segmento de viajero.

Las diferencias reflejan los cambios en las tendencias turísticas: el Parque Ecológico de Xochimilco no devino en atracción después de 2003, no aparece más veces en las ediciones LP; Tlalpan entró en moda recientemente, aparece en 2011 pero en 2003 aun no; el Teatro Insurgentes no se tornó en un enlace a lo largo de Insurgentes entre el Sur y el Centro, y desapareció de los mapas LP de las ediciones posteriores; se puede detectar una ligera extensión del Centro al Este, de Polanco al Oeste y algunas diferencias entre la descripción de la estructura de la ciudad.



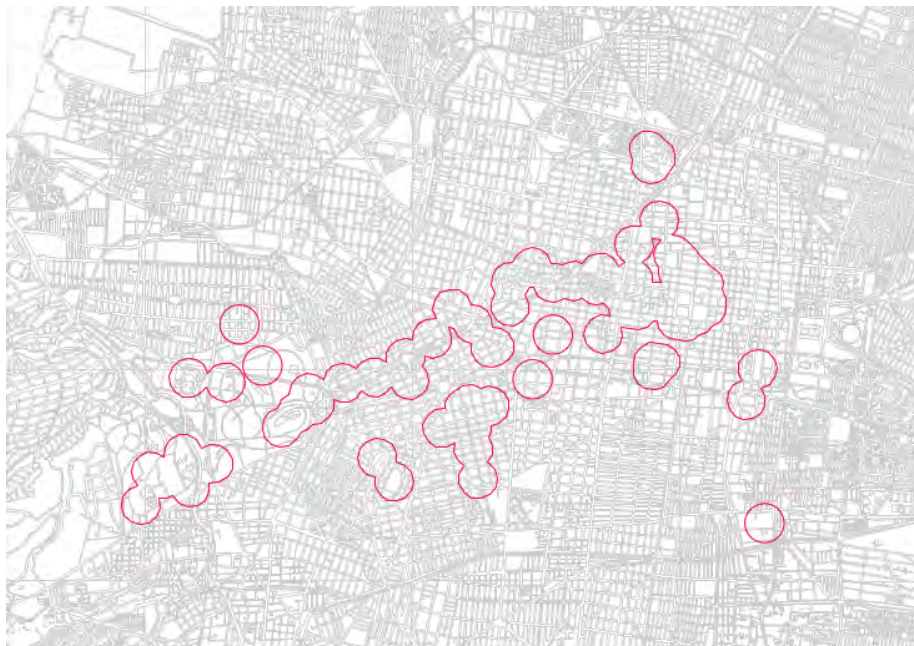
Mapa 4.1. Lonely Planet Mexico, 2003



Mapa 4.2. Lonely Planet Mexico, 2003



Mapa 4.3. Lonely Planet Mexico, 2003



Mapa 4.4. Lonely Planet Mexico, 2003



Mapa 4.5. Lonely Planet Mexico, 2003

The Rough Guide Mexico, 2001

Es la 5ª edición de la guía, direccionada a turistas o viajeros semi-independientes, la mayoría oriundos de los países de habla inglesa.

La centralidad del interés del turista está apuntada para una cuadrícula circunscripta por las calles Tacuba, Monte de Piedad, 16 de Septiembre y Eje Central/ Lázaro Cardenas.

Estructura la ciudad por líneas de metro principales y por la Reforma e Insurgentes.

Abarca una gran cantidad de atracciones (casi tantos puntos mencionados como en la LP *Mexico City*), avanzando al Este del Centro adentro de las zonas menos turísticas. La Roma no aparece de todo y la Condesa tampoco tiene mucho peso (un punto y calles); aquí el turista, dice, encuentra un área tranquila con muchas

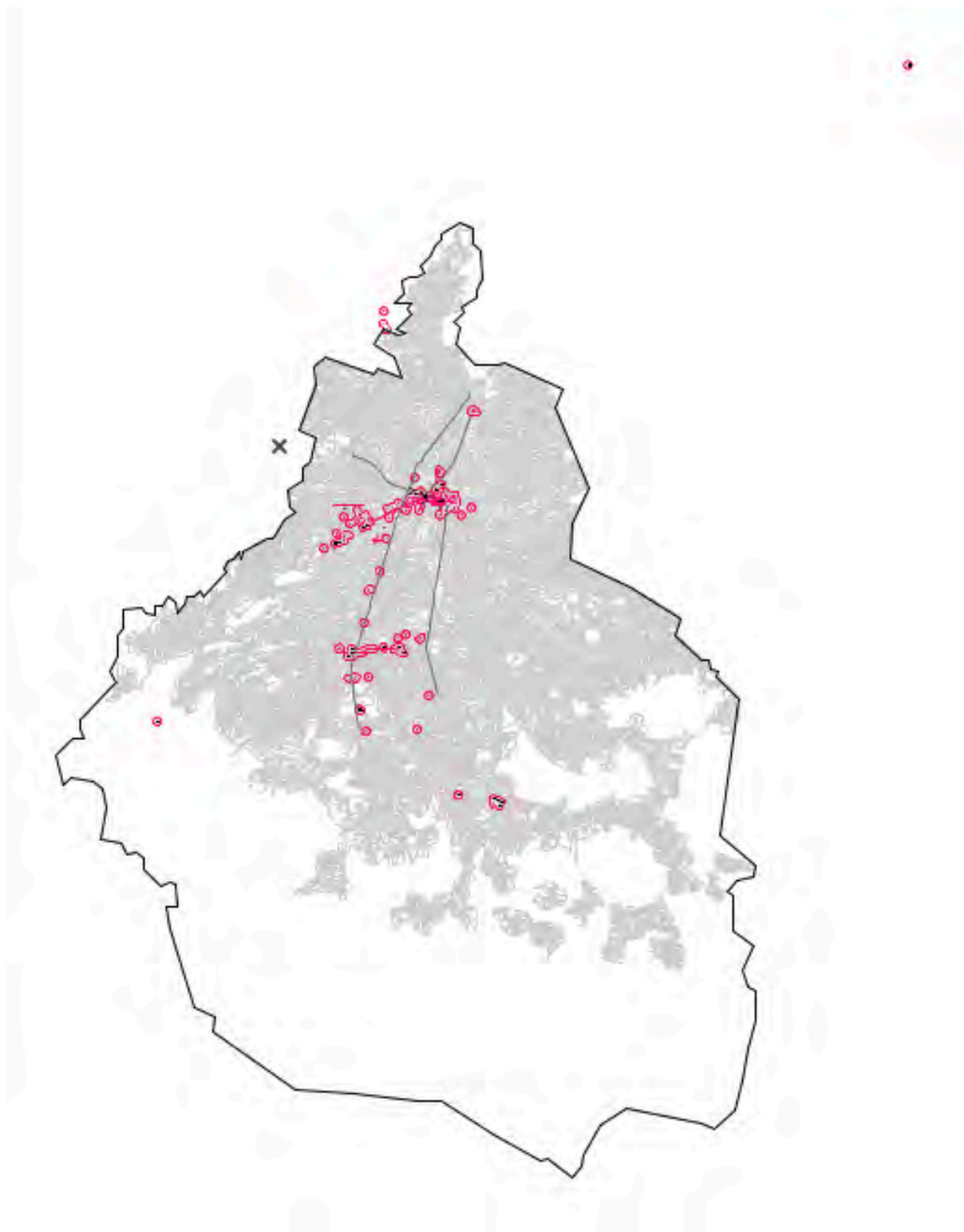
explanadas pero sin cualquier atracción en el sentido clásico de la palabra⁷³, aunque se puede pasar un rato agradable por aquí, paseando.

La Zona Rosa (escribe como *Zone Rosa (sic!)*) según el autor está aun un lugar con mucha confluencia (aunque el modo de la descripción nos deja entrever que el autor tiene la sensación de que es una zona que está quedando fuera de la moda)⁷⁴.

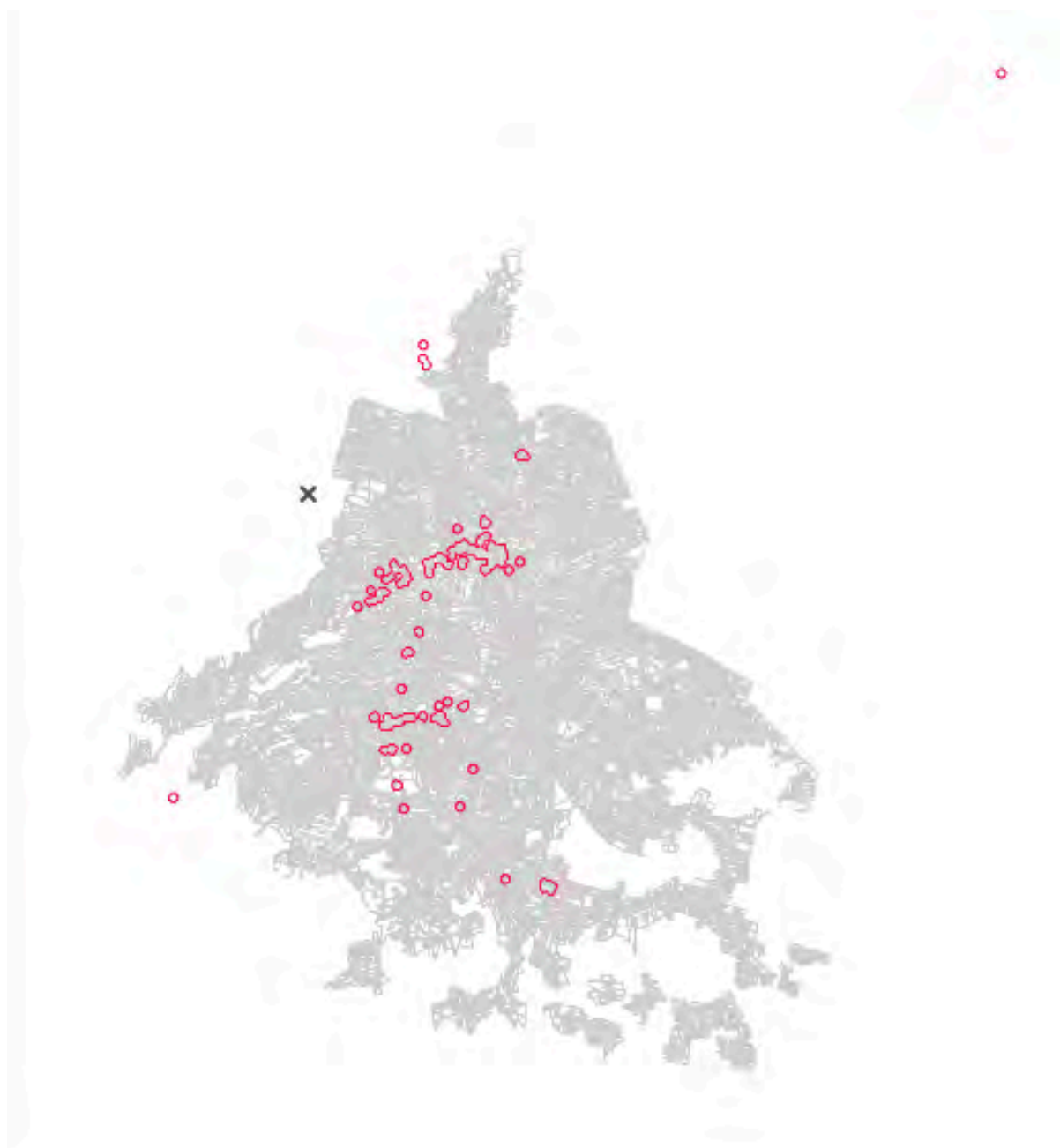
Muestra un elenco amplio de actividades y atracciones en la 2ª sección del Bosque de Chapultepec. También logra esbozar una línea continua entre San Ángel y Coyoacán (que en las otras guías siempre quedan algo separadas). Interesante que el mapa anexo muestra al Museo Dolores Olmeda Patiño mucho más cerca al centro de Xochimilco y a la C.U. que en realidad lo está.

73 *you'll find quiet neighborhood places with tables spilling out onto the pavement. Sights in the usual sense are virtually nonexistent, but you can pass a few hours just walking the streets keeping an eye out for interesting art galleries which seem to spring up all the time.*"

74 *"Still, the presence of numerous hotels and certain natural momentum means that tourists still flock here and can be seen milling around being collared by English-speaking tourist-taxi drivers keen for a good fare."*



Mapa 5.1. The Rough Guide Mexico, 2001



Mapa 5.2. The Rough Guide Mexico, 2001



Mapa 5.3. The Rough Guide Mexico, 2001



Mapa 5.4. The Rough Guide Mexico, 2001



Mapa 5.5. The Rough Guide Mexico, 2001

Presentación de las guías turísticas del siglo XX.

Mexikó, “*Panoráma Útikönyv*” ⁷⁵, 1984 Budapest, Dr. Dénes Viczenik

Una guía turística, escrita en húngaro para turistas húngaros que visitan a la capital mexicana. Debe haber sido un segmento muy estrecho de la sociedad húngara que en los años 80 pudo visitar a México, probablemente eran turistas relacionados con el oficial comercio externo de antaño y por eso la descripción tiene algunas peculiaridades, como relativamente muchos puntos de interés y vasto texto dedicado a la zona de la Embajada de Hungría (Lomas de Chapultepec) y consejos para desplazarse en auto propio (que no era y no es, por defecto, el modo de transporte más habitual del turista urbano dentro de una ciudad).

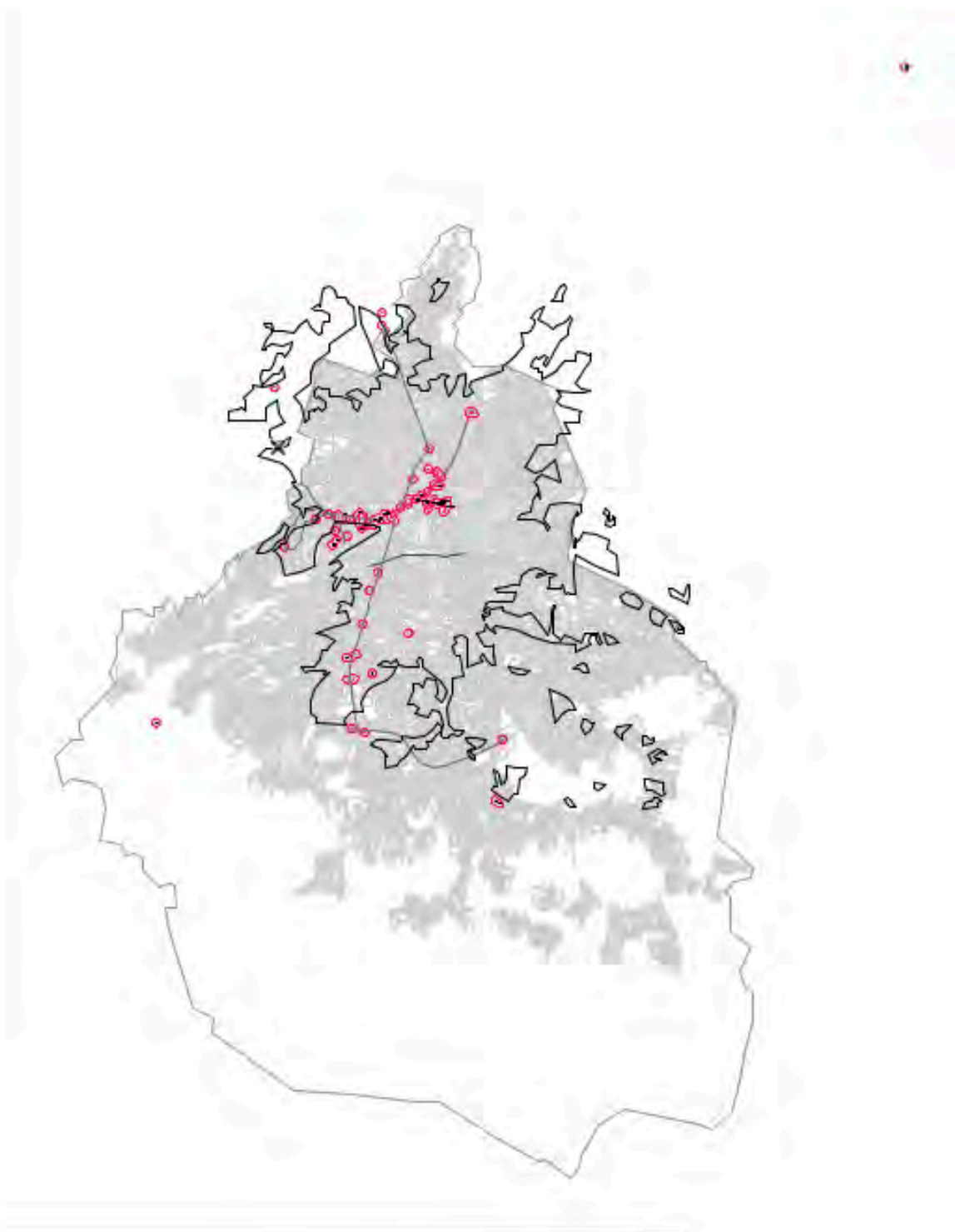
⁷⁵ Guía turística “Panorama”

La orientación, según el autor, es fácil, teniendo siempre en cuenta por donde está Norte, Sur, Oeste y Este o subiendo a un mirador.

Da consejos a los conductores de auto, describe detalladamente a las carreteras y autovías. Dice que las colonias y delegaciones se pueden identificar por el tipo de nombre de las calles, p.e. Polanco es el área de las calles nombradas a poetas, Cuauhtémoc a ríos, la Zona Rosa a ciudades, Lomas a nombres de montañas.

Describe las colonias y las áreas de la ciudad con comparaciones y tópicos de lo conocido: la Villa Obregón es parecida con *Rózsadomb* (una zona verde y rica de Budapest donde la mayoría de las embajadas estaban y están) y, según el autor, la zona más elegante, más hermosa es la Reforma lo que es muy parecida a los *Champs Elysées* en París.

La guía se estructura por títulos como Plaza de la Constitución, Calle Madero, Avenida Benito Juárez, Guadalupe, Paseo Reforma y Chapultepec, Reforma y el monumento al petróleo (*sic!*). Habla de actividades fuera de las zonas centrales como ir de góndolas (*sic!*) a Xochimilco, visitar al Desierto de los Leones, hacer compras en el centro comercial Satélite y ver a Tenayuca. Menciona la Plaza de las Tres Culturas (muy probablemente por causa de la antigua sede de la SRE o por el conjunto de las viviendas sociales de Nonoalco, que en esa época correspondieran con los ideales de construcción de masa socialistas en Hungría). Las Plamas describe con la exclamación “¡qué belleza!”, y menciona —más allá de los puntos turísticos clásicos de San Ángel, Copilco, C.U., etc.—, a todas las construcciones colosales como las Torres de Satélite, el Perisur, el Periférico, La Raza y la zona de Vallejo.



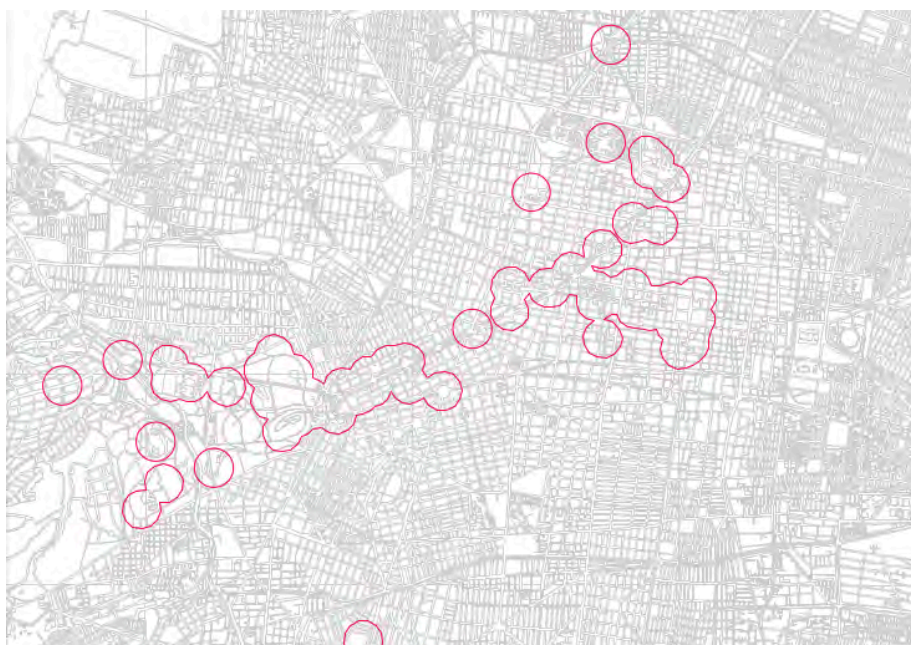
Mapa 6.1. Mexikó, "Panoráma Útikönyv", 1984



Mapa 6.2. Mexikó, “Panoráma Útikönyv”, 1984



Mapa 6.3. Mexikó, “Panoráma Útikönyv”, 1984



Mapa 6.4. Mexikó, “Panoráma Útikönyv”, 1984



Mapa 6.5. Mexikó, “Panoráma Útikönyv”, 1984

Guide Bleu Mexique, 1968

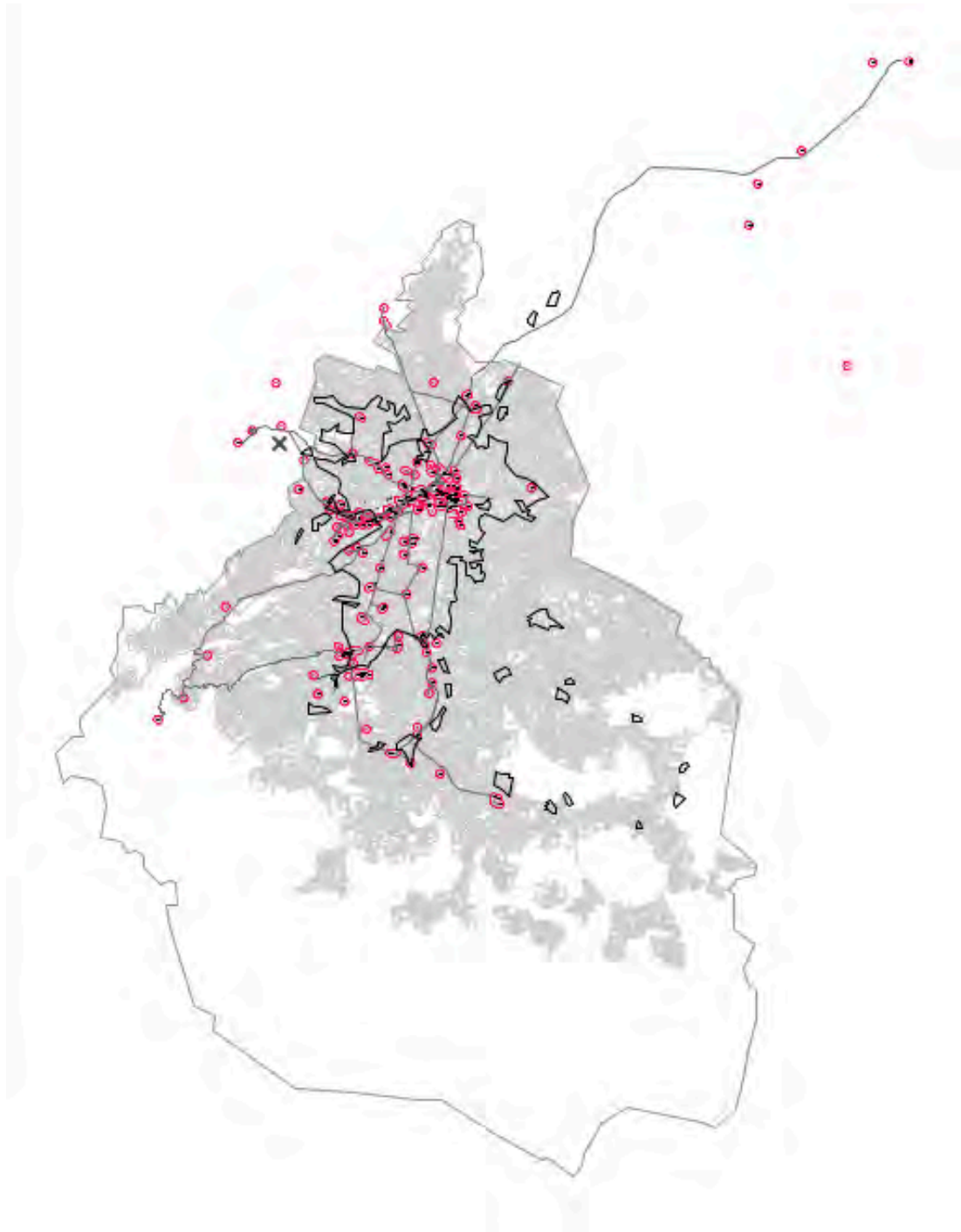
La guía *Mexique* de la editora *Les Guides Bleus*, escrita en francés, con fecha de publicación en 1968, lista el mayor número de atracciones de todos los libros aquí analizados. Es un libro escrito con datos de precisión, y es, en orden consecutiva, la primera guía que habla de ejemplos de la arquitectura contemporánea como atracciones.

Además, menciona las características más importantes de tales edificios, hasta detalles de estructura, fachada, acabamientos (si es de acero o de cristal, etc.). Lista no solo la Torre Latinoamericana sino varias iglesias construidas durante la década de los 60 y edificios de Félix Candela también.

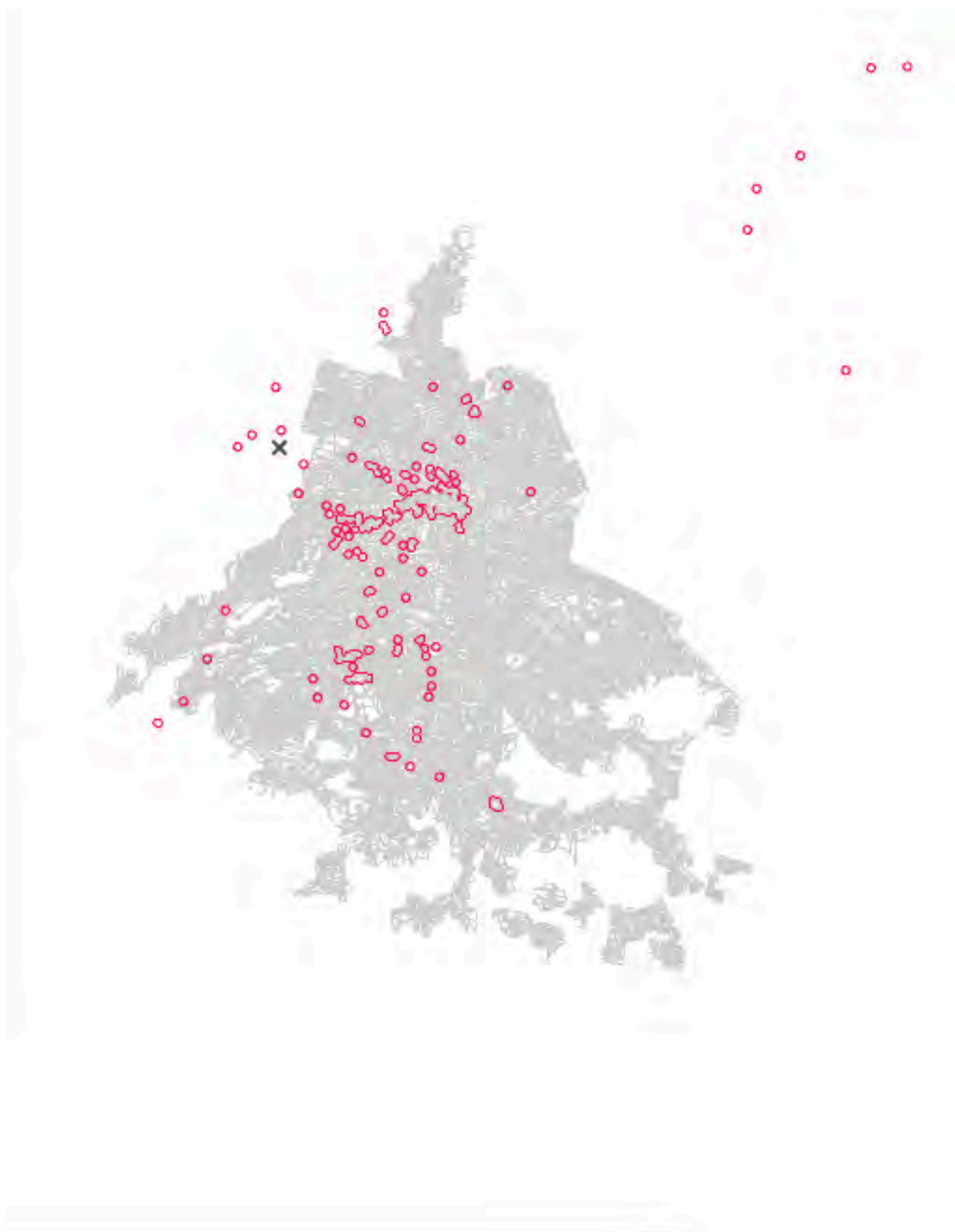
La estructura se divide en dos: las partes escritas en mayúsculas son lo que es imprescindible para el viajero y las partes en minúsculas son las atracciones que el viajero, si dispone de más tiempo, puede ver si quiere.

Separa las atracciones que son accesibles a pie y hay una sección para excursiones de unas horas o a lo máximo un día, de taxi o auto rentado.

Los errores ortográficos son pocos pero comete unos tantos errores de otro género que son bien perturbadores: confunde la Avenida Altamira con la Avenida Altavista, o Popotla con el centro de Tacuba.



Mapa 7.1. Guide Bleu Mexique, 1968



Mapa 7.2. Guide Bleu Mexique, 1968



Mapa 7.3. Guide Bleu Mexique, 1968



Mapa 7.4. Guide Bleu Mexique, 1968



Mapa 7.5. Guide Bleu Mexique, 1968

Goldstadt-Reisführer Mexiko, 1968

El subtítulo de esta guía es “Guía turística y descripción de rutas a través de las culturas más importantes del país, con sección de glosario”, fue publicada en 1968, en alemán, y por su estilo narrativo (utiliza singular primera persona) es una guía turística que parece a un relato de viaje.

El libro, escrito en un lenguaje paternal, da consejos muy concretos y en un tono casi autárquico conduce al turista a lo largo de la ciudad (por ejemplo: “el Centro debe ser su primer destino”⁷⁶). Al leer esta guía es difícil no recurrirse a estereotipos como que los alemanes son rígidos cuando el lector encuentra frases como “la condición de un buen viaje es que sea bien planeado”⁷⁷.

La autora empieza la introducción con datos: 500,000 personas en 60,000 fogos vivieron en el año de 1520 en la ciudad de México mientras hoy (1968) 6,000,000 de gente vive aquí y llegan 1,000,000 de turistas más.

⁷⁶ “El Centro (...), sei Ihr erstes Ziel.”

⁷⁷ “Gut geplant ist gut gereist!”

En los años 60 hacer analogías ya no estaba tan de moda como antes y aquí tenemos intentos débiles para hacerlo, por ejemplo: “la ciudad de México es la París de las Américas, pero pienso que uno no debe compararla con ninguna otra ciudad”⁷⁸, o “la Meca de América”, o “Venecia de América”, etc.; y, en otro sitio: “Guadalupe, reina de México y de América (latina). Tal como los hindúes que peregrinan a río Ganges, vienen los mexicanos a cada año”⁷⁹.

Originario de la época de la prosperidad del turismo de masa de los finales de 60, las explicaciones de la guía, varias veces demasiado simples, pueden resultar perturbadores para el lector sensible de hoy: la guía constata, p.e. a propósito de la Casa de los Azulejos, que su fachada cubierta de baldosas es un arte de construir que se origina en Puebla⁸⁰; sintetiza el Centro con las palabras “edificios viejos, calles angostas, tiendas en frente y por detrás de las fachadas de los palacios de comercio, así es el Centro, el pulso de la ciudad de México como una metrópoli, centro de la economía⁸¹; a propósito de Tlatelolco-Nonoalco, exclama con sorpresa, viendo el conjunto habitacional de Pani, que hasta podríamos olvidar que estamos en México por ser tan europea y moderna la vista⁸²; agrava lo anterior con la observación de que el legado cultural de los mexicanos no se conserva y cuida solo por causa de los turistas⁸³ y que el hecho de que muchos de los edificios estén desocupados es porque a los mexicanos no les gusta vivir en un piso, les gusta nada más un patio pequeño con animales y plantas⁸⁴. Según la autora Carlos IV. no significó mucho a los mexicanos, mucho más interesante es para ellos el caballo, de ahí que se llama Caballito a la

78 (la ciudad de México) “ist das Paris Amerikas, aber ich glaube nicht, dass man es mit irgendeiner Stadt vergleichen sollte.”

79 (Guadalupe) “Königin von Mexiko, Kaiserin von Amerika. So wie die Hindus zum Ganges pilgern, kommen alljährlich (...)”

80 “Schräg gegenüber vom Torre (Lationamericana) sehen Sie ein mit blauen und weißen Kacheln bedecktes Haus, La Casa de los Azulejos, touristisch ‘The House of Tiles’ (das Kachelhaus) genannt. Das ist eine Bauart, die aus Puebla stammt.”

81 “Alte Gebäude, enge Straßen, geschäftiges Treiben vor und hinter den Fassaden von Kauf- und Handelshäusern, das ist el Centro, der Puls der Wirtschaftsmetropole Mexico City.”

82 “Man kann fast vergessen, in dem Mexiko zu sein, das man sich hier in Europa vorstellt.”

83 “Aber Mexiko ist eine aufstrebende moderne Nation, die ihr kulturelles Erbe nicht nur der Touristen wegen pflegt und erhält.”

84 “Der Mexikaner liebt es nicht, eingeeengt auf einer Etage zu leben, er braucht einfach einen kleinen Hof für Haustiere und Pflanzen.”

estatua⁸⁵. Un capítulo entero trata el tema de las tardes-noches en la ciudad de México; altura que, nos sorprende la guía, merece la pena aprovechar bien, a lo mejor debe hacer algo mexicano, lo que por ejemplo se puede ir a gozar del *folklor*⁸⁶.

En términos geográficos, en esta guía el punto de referencia principal es la Torre Latinoamericana. Y prosigue, que la Torre Latino se halla al lado del parque Alameda, lugar que se define como el centro turístico de la ciudad. De allá de arriba se pueden ver los 4 puntos de concentración de la ciudad, que son: el Centro con el Zócalo, Tlatelolco, Juárez el elegante barrio de compras y la Alameda, y la Reforma hasta el Chapultepec. Además de pasear, para llegar a los diferentes destinos, la guía aconseja ir de taxi (y da ejemplos como “del Centro hasta Tlatelolco”).

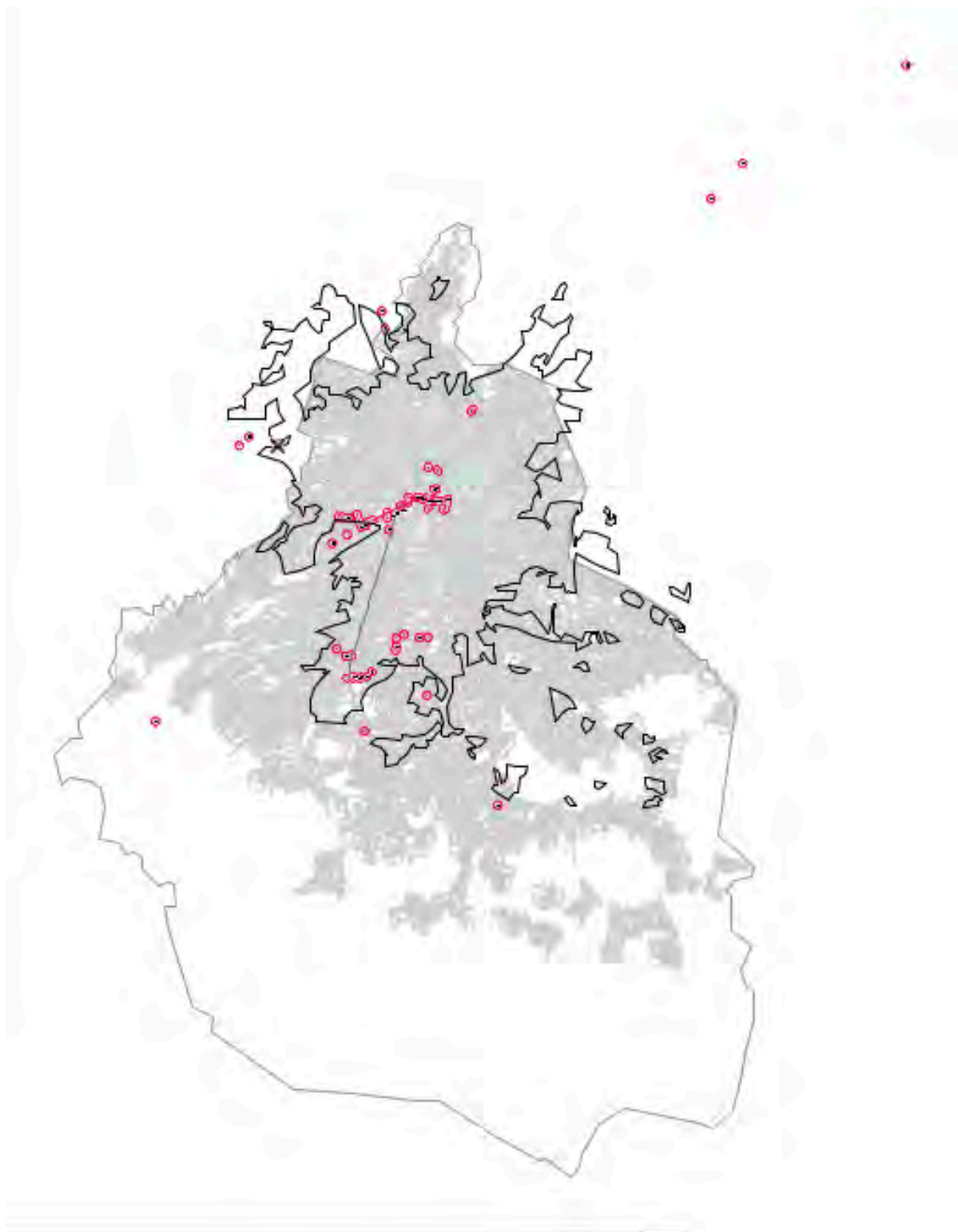
La guía nos avisa que, dado la riqueza de la ciudad, uno tiene que decidir qué tiene que hacer imperativamente, en tres puntos en orden de prioridades: “qué le gustaría hacer, qué se puede dejar al lado y qué es lo que se quiere ver como adicional”⁸⁷.

Hay algunos errores ortográficos, como Piño Suarez (*sic!*) y Los Piños (*sic!*). También, ciertas incongruencias: cuando se habla de la historia del emperador Habsburgo y su esposa, los llama Maximilian (en alemán) y Carlota (en español), aunque ambos tenían nombres originales en otras lenguas.

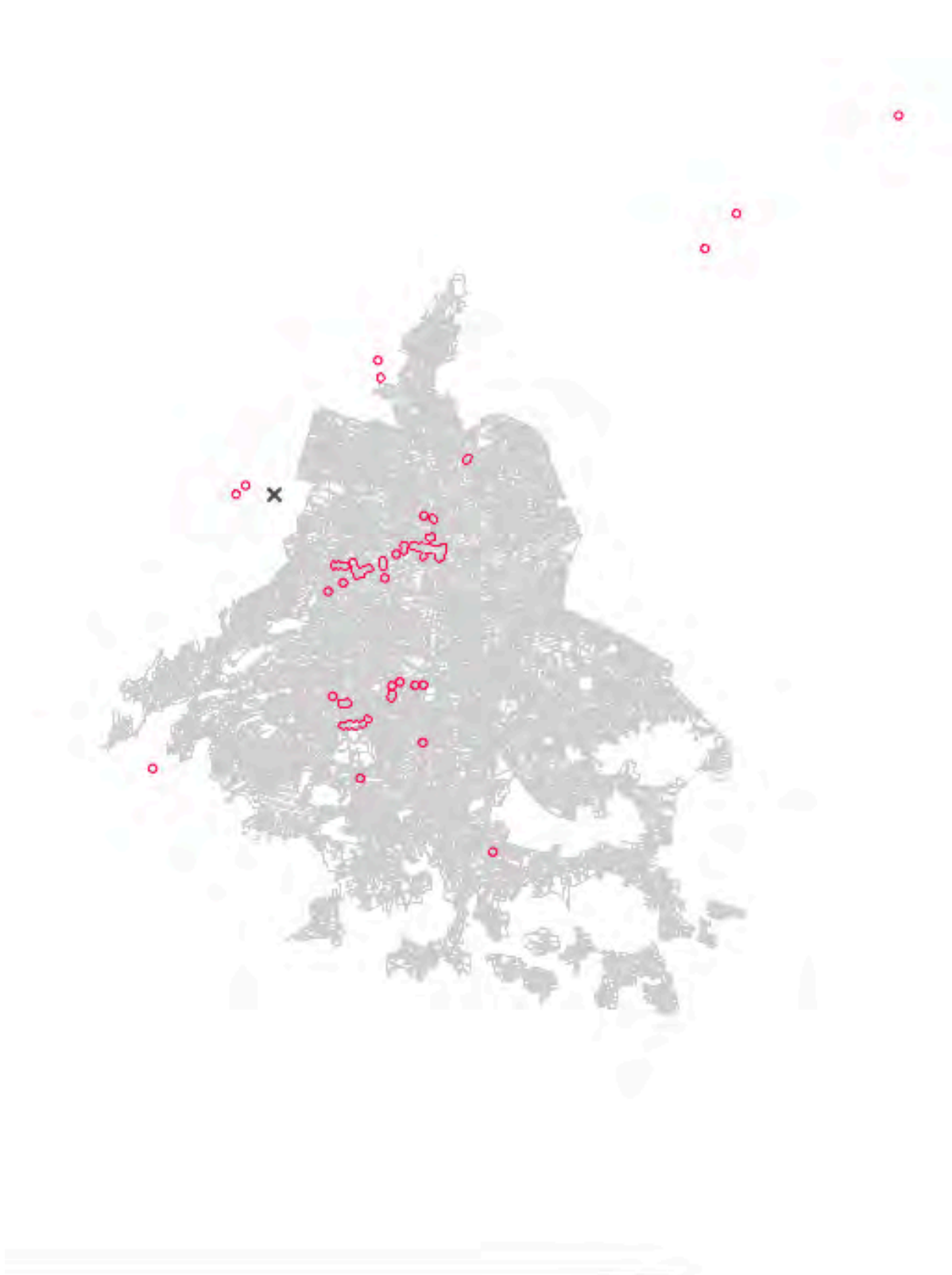
85 “Es ist ein Denkmal für Carlos IV. von Spanien (...), der den Mexikanern aber nicht viel bedeutete, und so nehmen sie bei diesem Standbild immer nur auf das Pferd Bezug, auf dem er dargestellt ist.”

86 “Machen wir etwas Mexikanisches: erleben Sie Folklore!”

87 “Stadtbesichtigung auf eigene Faust nimmt natürlich etwas Zeit in Anspruch, so daß Sie sich vorher bereits eine Art Plan machen sollen, was Sie sehen möchten, was Sie auslassen und was Sie extra machen wollen.”



Mapa 8.1. Goldstadt-Reiseführer Mexiko, 1968



Mapa 8.2. Goldstadt-Reiseführer Mexiko, 1968



Mapa 8.3. Goldstadt-Reiseführer Mexiko, 1968



Mapa 8.4. Goldstadt-Reiseführer Mexiko, 1968



Mapa 8.5. Goldstadt-Reiseführer Mexiko, 1968

Let's visit Mexico, 1946

Fue publicada en 1946, en inglés. Esta guía empieza su descripción de la ciudad de México con números: la población hasta la fecha de redacción alcanzó a 1.250.000 y con una comparación: la ciudad de México es para México lo que París es para Francia⁸⁸. Describe la ciudad como lugar de contrastes entre lo supermoderno y lo antiguo⁸⁹ donde al lado de un edificio que puede bien ser de la calle más elegante de Nueva York esté un vendedor ambulante que vende tortilla.

Usa analogías para situar su lector como era costumbre en las guías turísticas de la era pré- y posguerra: "Juárez es para los mexicanos lo que Lincoln es para los estadounidenses"; "Guadalupe, Meca de los mexicanos religiosos"; "la zona de la villa de Guadalupe nos acuerda de las llanuras de Granada en España"; "Tlalpam (*sic!*)

⁸⁸ "Mexico City is to Mexico what Paris is to France".

⁸⁹ "(...) a city of thrilling contrasts. Steel skyscrapers adjoin mildewed Spanish churches. Colonial buildings, mellowed by age, are brightened up with ultra-modern murals. Tortilla makers squat in the open street beside charcoal-burning braziers on the very edge of the business district whose shops rival those of Fifth Avenue in New York."

rápida­mente devino el *Fontainebleau* de Nueva España” o “los jardines de Granada⁹⁰” y Chapultepec el Gibraltar de la ciudad de México. Se dirige a los turistas como “usted como un americano” y destaca las atracciones que pueden ser interesantes para el lector oriundo de los Estados Unidos, como un detalle de un mural de Rivera que representa las tropas estadounidenses y su victoria en la batalla de Chapultepec. Destaca los puntos de interés más importantes con mayúsculas y habla en un tono autoritario, sin dejar alternativas para el turista. “¡Empiece su visita a la ciudad en el Zócalo!”.

El libro comienza la ubicación geográfica de sus lectores en la ciudad de México diciendo que el Zócalo es el centro neurótico, cultural, intelectual, económico de la capital, y que al mismo tiempo es el centro de transportes también⁹¹. Habla de la retícula de las calles pero rápido tranquiliza a los lectores que esta configuración no quiere decir que la ciudad sea aburrida⁹², sino al contrario, llena de atmósfera gracias a las casas coloridas y asegura a los viajeros que, con las palabras del autor, felizmente todos los edificios históricos están en un área compacta dentro de un cuarto de millas de rayo al norte y oeste del Zócalo⁹³. Menciona puntos de partida y de observación como el Monumento a la Revolución (esto también es, según la guía, un punto de referencia) y el tejado de la Catedral, ambos lugares proporcionan unas vistas

90 "The entire town resembles a lovely garden. Spraying fountains, exotic flowers, shady trees, babbling brooks and a moorish setting carry you back to the wonderful tales of the Alhambra."

91 "(...) it (el Zócalo) has remained the nerve center of the republic, the pivotal point of Mexican political and intellectual life. Moreover, it is literally the hub of the city, the main junction of the municipal bus and trolley systems."

92 "Most of Mexico City's streets run at right angles to each other, but the monotony of sameness is offset by rows of bright-colored houses with stone carvings and stucco decorations (...)"

93 "Fortunately, most of the historic buildings are clustered within a compact area about a quarter of a mile north and east of the Zócalo."

“encantadoras”, y destaca como eje importante a la Avenida de Insurgentes⁹⁴, localiza el distrito de negocios⁹⁵ y de compras, y lista las calles más turísticas⁹⁶.

Parece que el autor no sabe decidir que si algo es turístico es algo favorable o no. A veces el adjetivo ‘turístico’ significa el placer de ver y encontrar otros turistas de la misma cultura, una seguridad estar entre parecidos y una zona de confort dentro de la cual la aventura tiene menos riesgos, y al mismo tiempo quiere decir la falta de lo auténtico. Con una cierta nostalgia menciona que Avenida Madero o el Paseo de la Reforma no son muy típicos del país y, por otro lado, si el turista busca algo típico, debe irse a la zona a noroeste de la Alameda o para detrás del Palacio Nacional adonde los turistas nunca van⁹⁷.

La guía advierte a los pré-turistas de masa que aunque su tiempo es limitado, si solo recorren las zonas turísticas no verán la verdadera ciudad de México⁹⁸⁻⁹⁹. El libro dedica unos párrafos al asunto del tiempo. Estamos en 1946, es la alba del crecimiento y popularización del turismo estandarizado, el inicio de las vacaciones garantidas de las clases medias y el autor observa que es una pena que la mayoría de los turistas pasa nada más que un par de días en la ciudad de México en cuanto solo para ver lo mínimo imprescindible de las atracciones de la capital, el turista debería tener una semana entera y si uno quisiera ver todo pues tal vez 2-3 semanas serían suficientes¹⁰⁰. Menciona que una visita exitosa en una ciudad grande es un arte de recorrer los

94 "Avenida Insurgentes, one of the city's most important arteries."

95 "Modern as well as colonial buildings line the streets leading from Zócalo west to the Alameda. These thoroughfares—Madero, 16 de Septiembre, 5 de Mayo, and Tacuba—make up the business section of Mexico City. Avenida Madero, whose window displays are everything a shopper may desire, is perhaps the city's most popular street among tourists."

96 "(...) this wide thoroughfare (Juárez), like Avenida Madero, of which it is a continuation, is also a favourite, though less fashionable, shopping center and the tramping ground of tourists."

97 "Now that you have seen all the "official monuments" of Mexico City, prowl about the back streets, many of which the average tourist never penetrates. You will stumble upon unexpected bits of local color which you will record in your book of memory. Particularly rewarding are the sections behind the National Palace and northwest of the Alameda."

98 "The hurried tourist too often sees only the smart shops of Avenida Madero, the streamlined Paseo de la Reforma, the lordly mansions of the Chapultepec section".

99 "(...) Avenidas Juárez and Cinco de Mayo, two thoroughly Americanized streets (...)"

100 "It is a pity that most tourists are too hurried to devote more than a few days to Mexico City, for it's impossible to see even the outstanding things worth seeing in this historic metropolis in less than a week. Really to do it justice, you should allow two or three weeks."

lugares obligatorios con el mínimo de energía porque el turismo urbano es, en sí, una actividad tediosa¹⁰¹. Parece que al autor concibe la visita a la ciudad como un meta a cumplir¹⁰², parte de un *modus vivendi* basado en el consumo de bienes y experiencias, al decir que ahora que el turista ha visto todo lo que tuvo que ver, puede continuar sus exploraciones a otras partes de la ciudad.

Este libro es el primero entre las guías revisadas por mí en la cual aparece como actividad turística autónoma y programa de tiempo libre el *shopping*¹⁰³ además que pasear¹⁰⁴ (el autor sugiere ir a las compras porque la ciudad de México carece de vida nocturna¹⁰⁵, según él).

Después de la descripción de lo imprescindible¹⁰⁶ prosigue a zonas menos centrales como la, según el libro, antaño bella calle 5 de Febrero¹⁰⁷ o las calles muy interesantes y sin turistas por detrás del Palacio Nacional¹⁰⁸, a la sección de los suburbios (Lomas de Chapultepec, Balbuena, Plutarco Elías Calles, Anáhuac, etc.) modernos, de moda y merecedores de una visita¹⁰⁹ y observa que desde que la Viga¹¹⁰ fue canalizado ya no es el lugar de paseo favorito del *élite*.

101 "Satisfactory sightseeing in a large city is the art of getting around to the important features of interest with a minimum of effort. Sightseeing at best is fatiguing; in the rarified atmosphere of Mexico City it becomes doubly so. (...)"

102 "Now that you have seen all the 'official monuments' of Mexico City (...)"

103 "Indeed, shopping is one of the favorite pastimes among tourists in Mexico. Avenidas Madero and Juárez, as well as most streets in the vicinity of the Zócalo, are lined with stores that carry every conceivable kind of merchandise."

104 "(El Paseo de la Reforma) soon became a favorite haunt of the city's aristocracy. To this day it has remained a popular promenade. Reserve a Sunday morning for a stroll or drive on the 'Champs Elysées of Mexico City.'"

105 "Mexico City has surprisingly little nightlife, largely due to the fact that its high elevation makes everyone too tired and sleepy to stay up late. As a result, evening entertainment has never gained a hold among residents or tourists".

106 "The itinerary up to this point includes practically everything of importance in Mexico City from a tourist viewpoint. But there are scores of other worth-while places to visit."

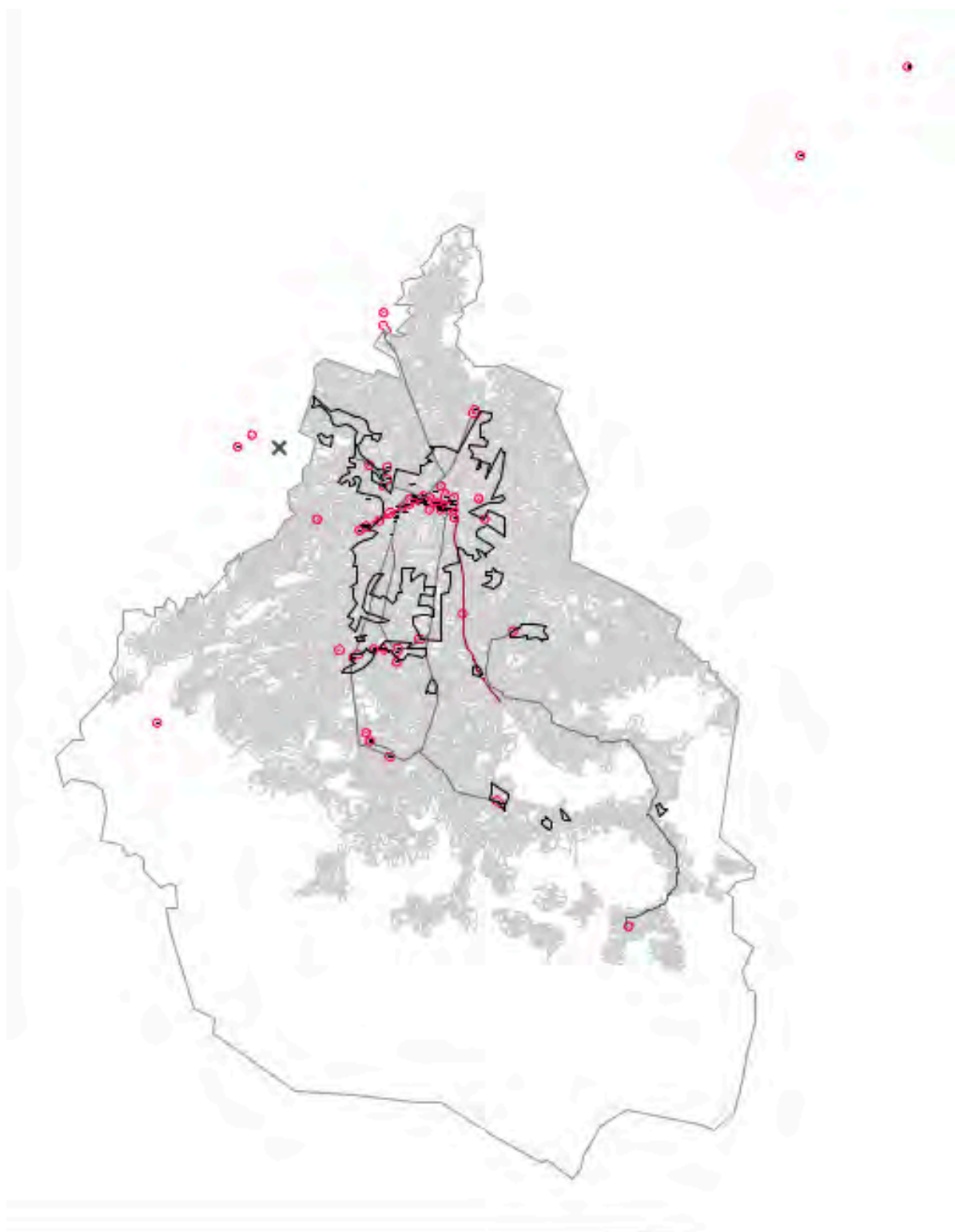
107 "(...) calle cinco de febrero, another street that has seen better days."

108 "(...) prowl about the back streets, many of which the average tourist never penetrates. You will stumble upon unexpected bits of local color which you will record in your book of memory. Particularly rewarding are the sections behind the National Palace and northwest of the Alameda."

109 "Nor should you fail to roam about one of the many suburbs of the city."

110 "After the canal (de la Viga) was diverted from its natural course, the Paseo de la Viga (...) ceased to be the favorite promenade of the *Élite*."

Propone diez excursiones de un día a los alrededores de la ciudad de México, entre otras al Desierto de los Leones, a Acolman y Teotihuacán, a Coyoacán, Xochimilco, Chiconcuac, etc., y viajes de unos días con base en la ciudad de México, como a Cuernavaca, Taxco, Puebla, etc. Presenta varias alternativas para modelos de itinerarios desde rutas de 3 hasta 30 días, con una sección a parte en donde describe un viaje redondo de 4 días desde la ciudad de México hasta los puntos más importantes de la Península de Yucatán.



Mapa 9.1. Let's visit Mexico, 1946



Mapa 9.2. Let's visit Mexico, 1946



Mapa 9.3. Let's visit Mexico, 1946



Mapa 9.4. Let's visit Mexico, 1946



Mapa 9.5. Let's visit Mexico, 1946

Terry's Guide, 1944

La 6ª edición¹¹¹ de la famosa guía a México dedica del total de las 625 páginas (sin contar con la vasta sección de anuncios al final del tomo) 287 a la ciudad de México. Su descriptivo y algo poético estilo la hace diferente de los demás guías y la coloca en la frontera entre guía turística y relato de viaje.

Las nuevas inserciones (en comparación con la edición anterior) están marcadas con el mismo número de página pero completado con la letra “a”, “b”, “c” y “d”, facilitando el rastreo de los cambios entre publicaciones¹¹².

111 Las publicaciones anteriores, de 1909, 1922, 1927, 1935 y 1938 se encuentran en el acervo de la Universidad de Texas en San Antonio y no hacen parte del sistema de préstamo interbibliotecario.

112 En esta edición, de 1944, hay varias nuevas entradas, entre otras las páginas 350a, b, c, d, relativas al desuso del Canal de la Viga; las páginas 390a y 390b que tratan las nuevas colonias (Lomas de Chapultepec y Altavista; o las páginas 426a y 426b que hablan del convento de Acolman que puede ser visitada haciendo una parada *en route* a los Pirámides.

El libro se autodefine como una guía cuyo objetivo¹¹³ debe ser el de servir la inversión del viajero, sea lo que fuere su estatus económico¹¹⁴. La veracidad e imparcialidad del contenido del libro se basa en varios años de residencia de los autores en México, afirman ellos propios. Afirma que los mapas son inéditos y especialmente producidos para esta publicación. Se excusa por las eventuales discrepancias en términos de precios o nombres de hoteles etc. alegándose el progreso rápido de México entre ediciones y las guerras (*sic!*) para tales diferencias.

Se usa el plural primera persona como si la lectura de la guía fuese la sustitución de la presencia y voz de un guía verdadero¹¹⁵. Aparentemente el facto de salpicar el texto con palabras en castellano tiene la intención de dar más un tipo de elemento de la ambientación virtual de las escenas “sureñas” y toque español.

En un acercamiento de tres escalones —prefacio, descripción general y consejos prácticos; descripción para el viajero de corta estancia; y descripción a detalles— cubre el Distrito Federal.

En el prefacio se hace una rápida justificación de por qué merece la pena ir visitar al país vecino (desde la perspectiva estadounidense). Compara su clima con el clima de los trópicos como Persia, India, Arabia, España y la Tierra Santa, su gente describe como amable y con ganas de ayudar al viajero, el viaje en sí barato, confortable y seguro, y su historia interesante. En un recorrido exprés Terry da una descripción sobre la historia, en cual etiqueta a los conquistadores como audaces (a veces llama al Cortés de “*great captain*”, otras veces a invasor) y al reinado de los aztecas como bizarro. Ubica al usuario en el laberinto de historia con paralelos de referencias del conocimiento anglo-sajónico: la construcción de la Catedral Metropolitana coincide con la primera traducción completa de la Biblia al inglés; la

113 (...) *showing the careful traveller how to obtain the best returns for his money and time, should save its cost the first day it is used (...)*”.

114 “*The economically inclined will find many money-saving hints (...)*”.

115 “*We enter beneath the huge organ loft; the first chapel on the left is that of the Corazon de Jesus (sic) (...)*”.

“*We now come to the fine altar de Covadonga; a richly carved mass of wood in the Churrigueresque style, with many paintings (...)*”.

“*We follow the altar railing (comulgatorio), pass through a small door (...)*”.

“*We reënter the ambulatory and pass in front of the main altar (...)*”.

“*We enter beneath the organ loft (...)*”.

escuela de pintura de México estuvo ya en funcionamiento un centenario antes de la llegada de los peregrinos a Massachusetts en Plymouth Rock; existió y funcionó una imprenta desde 1536, años antes de que ni siquiera Shakespeare haya nacido o que la actividad de la primera imprenta en Cambridge haya arrancado; y la capital siguió prosperando en las ruinas de la ciudad de Moctezuma casi cien años antes de la adquisición de Manhattan de las Cinco Naciones.

El mapa de la ciudad de México (*Central Section of Mexico City*) comprende un cuadrado entre las calles República de Cuba por Norte, San Jerónimo/ Delicias por Sur, Correo Mayor/ Carmen por Este y Dolores/ La Alameda por Oeste, teniendo el Zócalo en la franja Este del conjunto (los dos extremos del mapa son marcados por los centros de gravedad representados por la Alameda y el Zócalo/ Palacio Nacional).

En la parte práctica en vez de un listado de hoteles como era costumbre en las guías turísticas se menciona solo cinco, pero con largas descripciones textuales. La “románticamente bella” capital de México es famosa por sus excelentes hoteles, relata Terry. Los mejores siguen modelos “americanos”¹¹⁶, y para el deleite del viajero estadounidense, son equipados con todas las comodidades conocidas desde sus casas en los Estados Unidos. La descripción recurre al dominio de lo conocido, del familiar y habitual y de lo seguro. Uno de los hoteles (la primera en su ranking, Hotel Geneva) está descrito en dos páginas, con adjetivos atractivos como “a prueba de sismos”; “métodos de gerencia americanos”; “centro geográfico”; “agua propia de un pozo artesiano”, etc.

El orgullo del autor de hacer parte de la nación estadounidense se obvia en varios otros puntos también, no sólo en la temática de las innovaciones hoteleras, sino en general. Según él, los estudiantes mexicanos en las universidades de México aprenden los ideales y principios americanos (que fue en ese entonces y sigue siendo el equivalente de lo estadounidense en el discurso común estadounidense).

116 “(...) the best ones (are) modelled after, and managed in, the American way, and notable for the good food, superlative service and those modernistic requisities which make first-class American hotels the best in the world.” y “(...) (these hotels) are a blend of American utility and practicality, and Mexican charm (...)”; y más adelante “(...) private baths with good American plumbing throughout (...)” y “The food is American style supplemented by the delicious Mexican dishes (...)”.

Para conocer superficialmente a la ciudad, según la guía, serán suficientes 4 días bien planeados, con visitas imprescindibles al Museo (no especifica al cuál, se supone que se trata del Museo Antropológico en su lugar antiguo), a la Galería Nacional de Artes, a la Catedral, a la Basílica de Guadalupe, al bosque de Chapultepec (todos los nombres en inglés), eventualmente a otras iglesias más pequeñas y a los suburbios (sin más detalles). Están aun destacados el Sagrario Metropolitano, el Museo Nacional, la Academia San Carlos, Xochimilco y otros marcos turísticos¹¹⁷. Fuera de la ciudad está mencionado Teotihuacán e indica dos lugares como miradores: las campanas de la Catedral y el Castillo de Chapultepec.

Los tranvías son mencionados como medio de transporte tanto para atracciones como llegar a los hoteles. El viajero es aconsejado usar el tranvía como modo de desplazar durante su visita a los puntos turísticos¹¹⁸ por la comodidad dado que la mayoría de los trayectos se cruzan en el Zócalo (lista 42 rutas)¹¹⁹.

Se habla brevemente sobre la estructura de la ciudad, destacando al Eje Central que divide, según los autores, la parte antigua y la parte moderna, con una observación relativa a la tendencia territorial de un ensanche hacia al Oeste¹²⁰ y al carácter poco interesante, en la opinión de los autores, de la parte antigua de la ciudad. El Caballito, dice, es visible de muchos ángulos, así sirve como punto de orientación.

La descripción de la ciudad sigue una división por puntos cardinales, es decir, por cuadrados cortados por los dos ejes que se cruzan a la altura de la Alameda. Madero es, en el momento de la guía, junto a las calles Juárez, Gante, 16 de Septiembre y 5 de Mayo, la arteria más transitada e interesante de la ciudad, con tiendas y edificios antiguos. La mayor actividad de los “americanos” y británicos¹²¹ es

117 El autor llama a estos puntos de “*important landmarks*”.

118 “*The tourist can do much of his sightseeing by using these clean, spacious cars (...)*”.

119 “*(...) Street Car Service (...) which operates throughout the Metropolis and all the suburban towns. The servicio is of the highest class; the fares low; the car schedule prompt and trustworthy (...)*”.

120 “*The Older Quarter of the city —that portion lying to the E., north and S. of the Cathedral and Palacio— has not kept pace with the new portion, whose trend is steadily westward and is of a progressive nature. The old portion contains but little of real interest to the traveller.*”

121 “*(...) nerve-center of American and British activity (...)*”.

confinada geográficamente a un cuadrado dentro de las calles Bolívar, 5 de Mayo, San Juan de Letrán y 16 de Septiembre, todas, según los autores, coloridas, románticas y españoladas¹²² y con aire sureño¹²³.

Como costumbre en la época, Terry recurre a comparaciones y analogías de Europa o de los Estados Unidos: la calle Madero “evoca memorias de París, Nápoles y Madrid”; la calle 5 de Mayo es simplificado a un corto *Fifth Ave*; los canales de Xochimilco son venecianos; los paseos boscosos del Desierto de los Leones son similares a los de *Nikkō* en Japón y compara alegóricamente sus jardines a los de las Hespéridas; el extremo norte de la avenida Insurgentes (en el momento de la publicación) es comparado con la *Columbus Circle* en Nueva York¹²⁴, el bosque de Chapultepec al Bois de Boulogne en París, a Hyde Park de Londres o al Central Park de Nueva York; la Basílica de Guadalupe es lo que es el río Ganges para los hindúes, Meca para los musulmanes y de nuevo *Nikkō* para los japoneses.

Se destaca zonas y desaconseja otras, menciona lugares de interés específicamente anglosajón como las respectivas embajadas de los EEUU e Inglaterra; lugares de convivencia con otros “americanos” y británicos; la *American Book Store*; puntos o edificios por donde famosos viajeros extranjeros pasaron o vivieron; y barrios con aire “americano”, entre otros la colonia Juárez, hoy Zona Rosa, y la Roma, embellecidas por la arquitectura e higiene estadounidenses¹²⁵, como presume el autor. Adjetivos como avenidas principales de 100 pies de ancho y secundarias de 66, asfalto limpio, finos árboles, tiendas de gerencia “americana” etc. sirven para estimular el visitante nórdico¹²⁶.

En vez de describir rutas concretas destaca clústers de atención, describe su alrededor y conecta estos focos a través de corredores con densidad más baja de

122 “A mellow semitone of Castilian romance everywhere softens and idealizes the dominant overtone of commerce and materialism (...)”.

123 “Tourists love to idle along this sun-dappled way, to breathe the Spanish atmosphere (...)” y más adelante “Southern charm reigns supreme.”

124 “The N. terminus of the Boulevard (...) is to the Mexican capital what Columbus Circle is to New York.”

125 “Here American ideas of architecture and hygiene have attained their highest development in Mexico, and hence they have radiated a widespread influence (...)”.

126 p.ej.: “(...) the finest Jewelry Store (...) La Perla, (...) host of gems and jewels superlatively attractive to Mr. and Mrs. Tourist from the North”.

atracciones (p.ej. Plaza Mayor y Alameda como clústers y el camino entre ellos). Da propuestas de recorridos: “el turista que quiere aprovechar a lo máximo su tiempo, debe combinar excursiones, como por ejemplo una ida al Desierto de los Leones con una a Tacubaya, Mixcoac y San Ángel”¹²⁷.

Según el autor La Reforma es el *boulevard* más hermoso y frecuentado de la capital, con sus bonitas estatuas; la Viga —hoy en decadencia (y, menciona Terry, con dos estatuas¹²⁸ de raro gusto, los Indios Verdes)— era antiguamente uno de los puntos más frecuentados¹²⁹ de la ciudad; Santa Anita ya no está de moda.

Se puede concluir que en esa fecha no existía lo que se lista hoy en las guías como actividades y programas. Visitar una ciudad era ver sus monumentos y escenas y, a lo mejor, practicar *flaneur*. Estamos también en el momento en que la costumbre de las analogías paulatinamente desaparece de las herramientas de guías turísticas, pero aun aparecen algunas.

Se usa el plural primera persona como si la lectura de la guía fuese la sustitución de la presencia y voz de un guía verdadero. Apparently el salpicado del texto con palabras en castellano tiene la intención de dar más un tipo de elemento de la ambientación virtual de las escenas “sureñas” y con toque español.

El libro plasma las características particulares de las prácticas de turismo en los años pré-guerra: no existía lo que se lista hoy en las guías como actividades y programas sino visitar una ciudad era ver sus monumentos y escenas y, a lo mejor, practicar *flaneur*; usa analogías con otros lugares (la costumbre de las analogías paulatinamente se desaparece de las herramientas de guías turísticas); menciona como punto de interés¹³⁰ las plantas industriales¹³¹ y también, igual a la observación de MacCannell (1976) sobre las guías turísticas de París de la misma época, están listados los lugares

127 “The tourist who wishes to get the most out of his time can combine a trip to El Desierto with one to Tacubaya, Mixcoac, and San Ángel.”

128 “Marking this city terminus of the paseo (boulevard) are two huge bronze statues, in questionable taste (...).”

129 “(...) anciently the most fashionable and frequented of the city boulevards, but now a jejune and dusty simulacrum of its former glory.”

130 ver MacCannell (1976) en página 21.

131 “pumping station of the Light & Power Company”

de asombro de la vida urbana moderna: penitenciarias¹³², mataderos, sistema de alcantarillado, etc.

Expresa una nostalgia por los tiempos antiguos de paz y gloria, hablando de los felices tiempos antiguos cuando no había tasas, sindicatos, coches modelo Ford y ni tampoco autores de guías turísticas¹³³.

Presentación de las guías turísticas del siglo XIX

Baedeker United States, 1899-1909¹³⁴

La editora Baedeker, sucesora de hoy de la casa editorial fundada en 1827, proclama con orgullo en su página de internet¹³⁵ que el nombre Baedeker es y siempre será inseparable de la excelencia en guías turísticas y, que “los Baedeker fueron y son las guías turísticas más famosas del mundo”¹³⁶. Otro *slogan* de la editora es que “el mundo y los destinos turísticos se van cambiando - los Baedeker están siempre actuales”¹³⁷. Paralelamente con la popularización de viajar y de los productos de por mucho tiempo única editora del género, el nombre Baedeker se fue asociado a proverbios, aparecía en anécdotas y se convirtió en adjetivo constante de ciertas expresiones¹³⁸.

La primera pieza de una serie de guías turísticos, titulada “Rheinreise” (es decir, viaje a lo largo del río Rin) fue publicada en 1835. En 1875, se publica el primer guía

132 “*Applications for permits to visit the building should be addressed to the Director on the premises.*” Aún en los años sesenta hizo, según varias fuentes (***), parte de la experiencia mexicana, en voga entre estudiantes estadounidenses en México, hacer una visita a su cautivo al asesino de Trotsky, Ramón Mercader.

133 “(...) *those happy, somnolent days of no income taxes, no labor unions, no Ford cars, — and no guidebook writers!*”

134 La versión escaneada me fue amablemente concedida por una redactora de la editora Verlag Karl Baedeker GmbH

135 http://www.baedeker.com/de/wir_ueber_uns.html

136 “*Baedeker war und ist der berühmteste Reiseführer der Welt.*”

137 “*Die Welt und die Reiseziele verändern sich – Baedeker ist immer aktuell.*”

138 Entre otras: “*Kings and governments may err but never Mr. Baedeker*”, de las letras de la opereta *La vie parisienne* de Offenbach (Reyes y gobiernos pueden cometer errores pero el Sr. Baedeker nunca)

fuera de Europa, en esa época las Baedekers son ya accesorios obligatorios del *grand tourist*. La ciudad de México aparece en la primera edición de 1893 titulado *The United States, with an excursion to Mexico*.

La versión de la guía que revisé y que trata de la ciudad de México tiene formato de libro de bolsillo, está escrito en inglés y habla de la capital mexicana en 6 páginas, de las cuales las primeras cuatro son de la propia ciudad y el resto de los alrededores.

En 1895 (año de la redacción) la población era de 344,377.

La descripción empieza suponiendo que el turista llega de tren a la Estación de Buenavista¹³⁹, franja occidental de la ciudad en ese entonces. El autor advierte del hecho que los nombres de las calles sufrieron cambios en 1899 y ya lista los ejes por sus nombres nuevos aunque menciona que éstos son todavía poco usados por la gente.

Para que el turista entienda la estructura de la ciudad está explicado que ella consiste en cuatro cuadrados por las Avenidas Oriente y Poniente y por las calles Norte y Sur, que se cruzan en la altura de la Plaza de la Constitución y Alameda, definiendo así el centro de la ciudad. Continuando con el centro, dice que las calles son amplias y hay buen alumbrado. Unas casas, según el autor, son particularmente bonitas¹⁴⁰, y no solo e el centro sino en las afueras también¹⁴¹.

El mapa que muestra la ciudad de México tiene como centro geométrico la Alameda, y sus confines coinciden con la Romita y los trazos, aun sin construcción de la futura Colonia Roma, con la plaza de Santo Tomás de la Palma, ahora al lado del Mercado de la Merced, con la Plaza del Carmen en el noreste y con la Estación de Buenavista. Se ve que el canal de la Viga aun llegaba hasta a 3 cuerdas al este del Palacio Nacional, la Calle Bucareli vivía su esplendor y aun no había señal de la prolongación de la Reforma.

139 "Buena Vista on the West side of the city"

140 "numerous and interesting buildings of the city"

141 "The streets are generally wide and electrically lighted. (...) several of the public edifices are very handsome. The public squares and gardens and the residential suburbs are very attractive."

Según el libro la calle San Francisco era la calle principal y de negocios de la ciudad¹⁴², la Alameda¹⁴³ era un lugar de paseo muy agradable a los domingos, la Reforma¹⁴⁴ ya era de moda y una visita al canal de la Viga aun fue considerado interesante¹⁴⁵, aunque ya solo a los domingos. Una comparación del egocentrismo europeo es que los barcos son parecidos a los de Venecia aunque más toscos.

Lista un par de hoteles y tiendas, particularmente aquellas que tienen personal que hable inglés. Propone excursiones a los alrededores que ya no se cuentan entre las atracciones turísticas de la ciudad de México: a la Castañeda, a Santa Anita, a Ixtacalco, Popotla, Acueducto de Taxpana, Tacuba, Atzacapotzalco, Panteón de Dolores, Mixcoac, La Piedad y a los que siguen existir y ser puntos de interés, a San Ángel, Tlalpam (*sic!*), Xochimilco, Basílica de Guadalupe, etc. Estos viajes cortos son destinos adonde la red del tranvía, en ese entonces bien desarrollada y mantenida, llegaba.

Otras tantas excursiones de tren son a Teotihuacán, Texcoco, Cuernavaca, Toluca, Puebla, etc.

Comete, a pesar de ser famosa por su precisión, errores: le sale más fácilmente la ortografía italiana que la española, por ejemplo en la "calle de Università (*sic!*).

También es curioso que, aunque el texto se date de 1899, el mapa correspondiente es de 10 años más tarde, de 1909 y, consecuentemente, algunos detalles representados en el mapa no corresponden con el texto (p.e. la calle 5 de Mayo desemboca en el Teatro Nacional, pero en el mapa la misma calle ya está abierta y el teatro derribado).

142 "(...) the calle de San Francisco, the principal business-street of the city (...)"

143 "(la Alameda) fashionable promenade on Sun. forenoon."

144 "The fashionable drive of the mexicans is the beautiful Paseo de la Reforma (...)"

145 "This is a highly interesting trip and should be made at least as far as Santa Anita (most varied life seen on Sun.). The boats are a kind of rude parody of the Venetian gondola."



Mapa 11.1. Baedeker United States, 1899-1909



Mapa 11.2. Baedeker United States, 1899-1909



Mapa 11.3. Baedeker United States, 1899-1909



Mapa 11.4. Baedeker United States, 1899-1909



Mapa 11.5. Baedeker United States, 1899-1909

Mexiko. Land und Leute. Reisen auf neuen Wegen durch das Aztekenland¹⁴⁶, Ernst von Hesse-Wartegg, 1890, Wien y Olmütz

Este viajero alemán visita a la ciudad de México por la segunda vez en 1884. La describe como una capital con magníficos palacios¹⁴⁷, calles bonitas, un ambiente pintoresco¹⁴⁸. Quéjase de la falta de un hotel a su gusto ("no hay un hotel correcto en esta ciudad de un cuarto de millón de habitantes"), de la comida ("los cocineros mexicanos no logran ver más allá de la tortilla y del frijol") y de que el centro esté lleno de turistas cómodos (como los llama, turistas comunes de *baedeker* a docena¹⁴⁹). Ve muchas iglesias, monasterios, teatros, palacios privados e imponentes plazas y *squares* (*sic!*)¹⁵⁰.

146 Traducción del título: México. Tierra y su gente. Un viaje en nuevos caminos a través de la tierra de los aztecas.

147 "grosse schöne Stadt, grossartige Palaste"

148 "prachtvolle grosse Plätze, hübsche Strassen, malerisch Umgebung"

149 "bädekersche dutzenturist"

150 "vielen Kirchen, Klöster, Theaters, Privatpalaste, imposante Plätze und 'Squares'"

Se puede orientarse, dice, en esta ciudad moderna, por sus calles derechas que se cruzan una a otra en una retícula, todas de la misma anchura y largura¹⁵¹. Según él "las calles son bien empedradas, los nombres de las calles pueden variar dentro de la misma calle, pero la numeración es cuidadosa".

La breve descripción estructural y orientativa se continúa con las comparaciones habituales de la época y detalles sociales: "la calle principal es una calle que hace recordar de la *Via Toledo* en *Napoli* y que hace conexión entre las dos plazas principales, la Alameda y la Plaza Mayor, y se llama, en una parte San Francisco, y más abajo Plateros. Sobre ella, dice, hay hoteles, cafeterías, restaurantes, palacios y que "es una calle muy transitada, se ven damas muy elegantes en vestidos parisinos, con rebozos de encaje o caballeros con postura orgullosa y siempre con la pistola en la cintura." En calle Plateros (hoy Madero), cerca del hotel Iturbide observa la concentrada presencia de extranjeros, principalmente turistas franceses y alemanes¹⁵², además de "comerciantes ingleses, ingenieros de ferrocarril estadounidenses, dueños de minas, especuladores".

Compara, para facilitar la imaginación del viajero europeo, lo que ve con hitos de otros lugares: "La Catedral, más celestial que las catedrales góticas de Europa", el "Palacio de Ayuntamiento, es parecido con la Ismailiya de Cairo, con el Bardo de Tunisia, con el edificio del Ministerio en Estambul o con el Palacio del Gobierno en Buenos Aires" y que el "Paseo de la Viga, tiene góndolas y barqueros tipo venecianos" y le parece parecido con el *Allée Verte* de Bruselas, ó con el canal Brenta entre Pádova y Venezia.

Comete unos cuantos errores habituales, como "la Catedral, en el lugar del antiguo templo de Fitzliputzli" (*sic!*) y otros malentendidos de nombres demasiado complejos para el oído alemán de entonces, o "el kiosco de música, lo que aquí se llama Zócalo".

Como no es su primer viaje a la ciudad de México y tiene aversión por sus compatriotas turistas, quiere conocer zonas fuera del centro y nos deja un testimonio

151 "moderne Stadt, geraden Strassen, die einander in rechten Winkeln schneiden (...), alle von gleicher Breite, gleicher Länge (...)"

152 "Mittelpunkt französische, deutsche Touriste"

interesante sobre el sistema de los canales aun en funcionamiento. Lo llevan por una “góndola” en el canal de la Voiga (*sic!*), y como Xochimilco en todos los libros de guía de turismo estaba descrito como un lugar de particular interés, se aventura a hacer un viaje más largo por barco. Describe al paseo de la Viga como un *promenade* que acompaña al canal durante unos 2 kilómetros. Menciona que el paseo de la Viga ya no goza su popularidad anterior, tal vez solo durante la época de pascua se llena, dice, y que en ese entonces ya es la Reforma, con sus glorietas, entre otras la de la estatua de Cuautemotzin (*sic!*), que está verdaderamente en moda. Siguiendo con la excursión sobre el canal de la Viga, llega a Santa Anita, pueblo que él compara con St. Cloud. Pasan por San Ángel que es famoso de sus pulquerías, por Ixtapalapa y por el cerro de la Estrella, y llegan a Tlahuac donde él irá a pasar la noche. Tlahuac, según su descripción, es una isla pequeña sobre el dique que separa el lago de Chalco y el lago de Xochimilco. Pasan remando por Xico, que es una isla de una sola piedra, dice él, y alcanzan la ciudad de Chalco ya por un canal. Chalco tiene una población de varios millares. Allí va a la estación El Campana y regresa a la ciudad de México por tren.

Otro viajero y autor alemán contemporáneo del anterior, cuyo libro no visualicé porque tenía pocos puntos mapeables, es Karl Sapper, y su libro: *Das nördliche Mittelamerika. Nebst einem Ausflug nach dem Hochland con Anáhuac. Reisen und Studieren aus den Jahren 1885-1895*¹⁵³.

Este libro, de la misma fecha que el anterior, describe la ciudad de México como una de fácil manejo y orientación gracias a su estructura: (p. 400) "La ciudad de México es una ciudad grande, con una reja de vías regulares, muy visitado por turistas, gracias al sistema de ferrocarriles bien distribuido. No quiero entrar mucho en la descripción de la ciudad, porque existen muchas guías turísticas y yo ya no puedo añadir nada de nuevo, solo tal vez que es muy sucia." Añade al tema, que barran la plaza mayor con regularidad y unas calles cerca del Zócalo, pero las afueras son muy pobres y sucios (parecidos con el *ghetto* de Roma).

153 en español: La parte norte de Mesoamérica. Además una excursión a los altiplanos de Anáhuac. Viajes y estudios en los años entre 1885-1895

Destaca al Paseo de la Reforma, a un buen sistema de tranvía tirado por caballos sirve a transporte de carga y la *Deutsches Haus*. Una de sus aventuras más memorables fue subir a la azotea de la Escuela de Ingenieros y deleitarse con la vista sobre la ciudad.



Mapa 12.1. Mexiko. Land und Leute. Reisen auf neuen Wegen durch das Aztekenland, Ernst von Hesse-Wartegg, 1890



Mapa 12.2. Mexiko. Land und Leute. Reisen auf neuen Wegen durch das Aztekenland,
Ernst von Hesse-Wartegg, 1890



Mapa 12.3. Mexiko. Land und Leute. Reisen auf neuen Wegen durch das Aztekenland,
Ernst von Hesse-Wartegg, 1890



Mapa 12.4. Mexiko. Land und Leute. Reisen auf neuen Wegen durch das Aztekenland,
Ernst von Hesse-Wartegg, 1890



Mapa 12.5. Mexiko. Land und Leute. Reisen auf neuen Wegen durch das Aztekenland, Ernst von Hesse-Wartegg, 1890

La vida en México durante una residencia de dos años en ese país, Madame Calderón de la Barca, 1843

La escocesa Frances Erskine Inglis escribió 54 cartas a su familia mientras el viaje a, y estancia en México por causa del cargo político de su marido, el en ese entonces recién nombrado ministro español en México, Calderón de la Barca. Sus cartas son una sensible y valiosa descripción desde varios puntos de vista (antropológica, histórica, geográfica, moda) tanto de la vida social de la capital mexicana de entonces como de la ciudad en si en el momento anterior de su expansión.

Observadora y con una objetividad sorprendente en comparación con sus contemporáneos, da una muy precisa descripción de la ciudad de México como potencial ciudad turístico. El libro —escrito en un estilo que se caracteriza por cierta ironía, distancia y falta de cualquier soberanía occidental—, sigue siendo hoy día una lectura enganchadora e interesante.

La época en que vivía no veía nada malo o simplista en comparar lugares exóticos con los conocidos europeos. Ella también usa esta herramienta: “(...) verdes

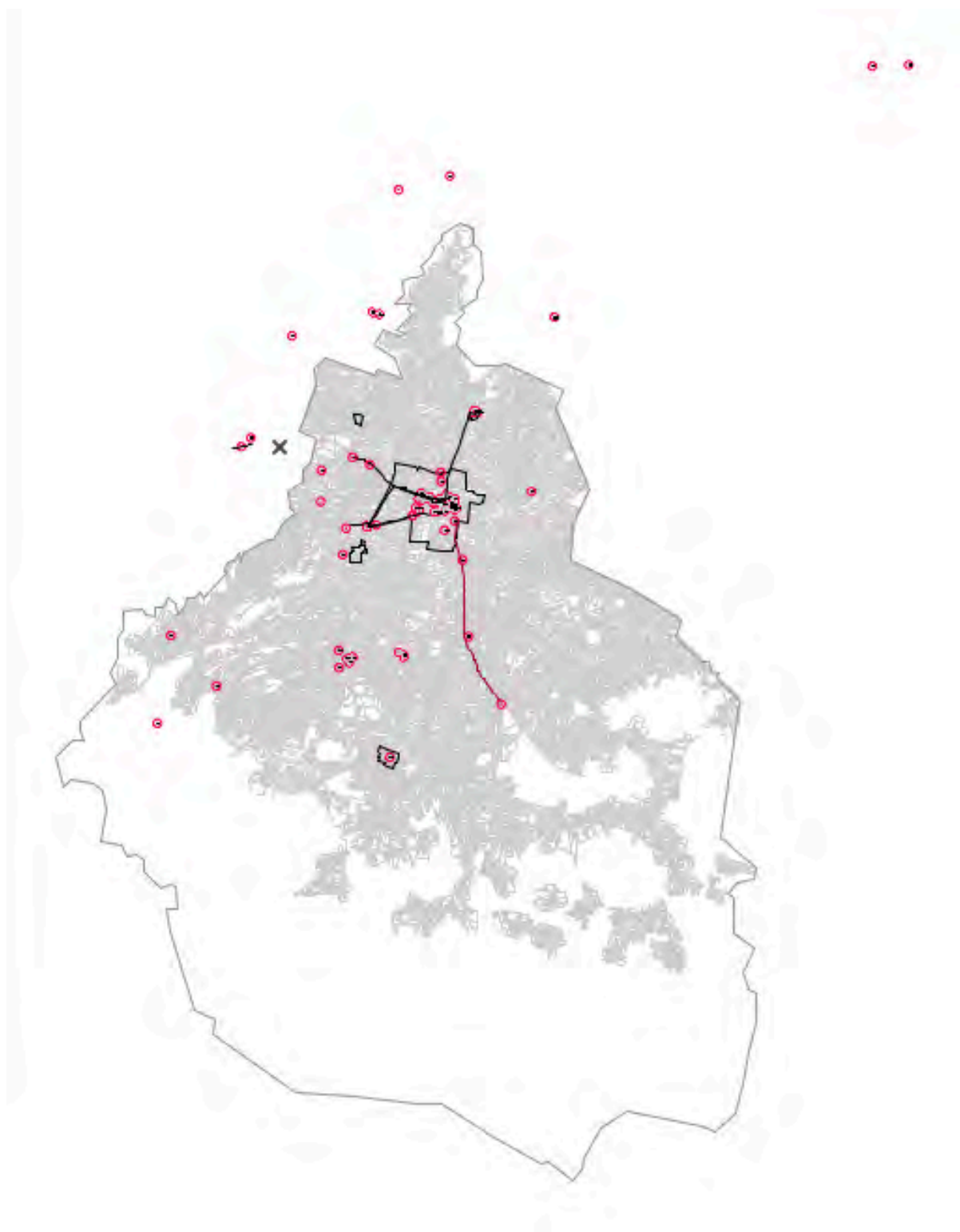
islas cubiertas de flores, al estilo de una Venecia occidental”, “este Paseo es el Prado mexicano o el *Hyde-Park*, mientras que la Viga puede reputarse como los jardines de *Kensington* de la metrópoli”, “en cuanto a los carruajes, muchos de ellos no desentonarían en *Hyde Park*, aunque otros producirían escalofríos entre la concurrencia de *Bondstreet*”, “Venecia india”, (Teotihuacán es) “un *Père-la-Chaise* azteca o tolteca, o mejor aún, una Abadía de *Westminster*, desprovista de bóvedas”, etc.

Describe el clima, las luces y colores de la ciudad que aun era famosa por su buen aire, así: “en un cielo transparente, el sol dejaba caer sus rayos sobre un conjunto de vivos colores” y en general a la ciudad: “(...) nada existe en México que parezca vulgar. Todo alcanza grandes proporciones y todo tiene un aire pintoresco. Y son tantos los motivos de curiosidad que despiertan estas antiguas casonas, hay tanto que ver, a pesar de que no existan lo que podríamos llamar sitios espectaculares, al menos que incluyamos entre éstos a Minería, el Museo, la Catedral, la Universidad y el Jardín Botánico que suelen visitar los viajeros (...).”

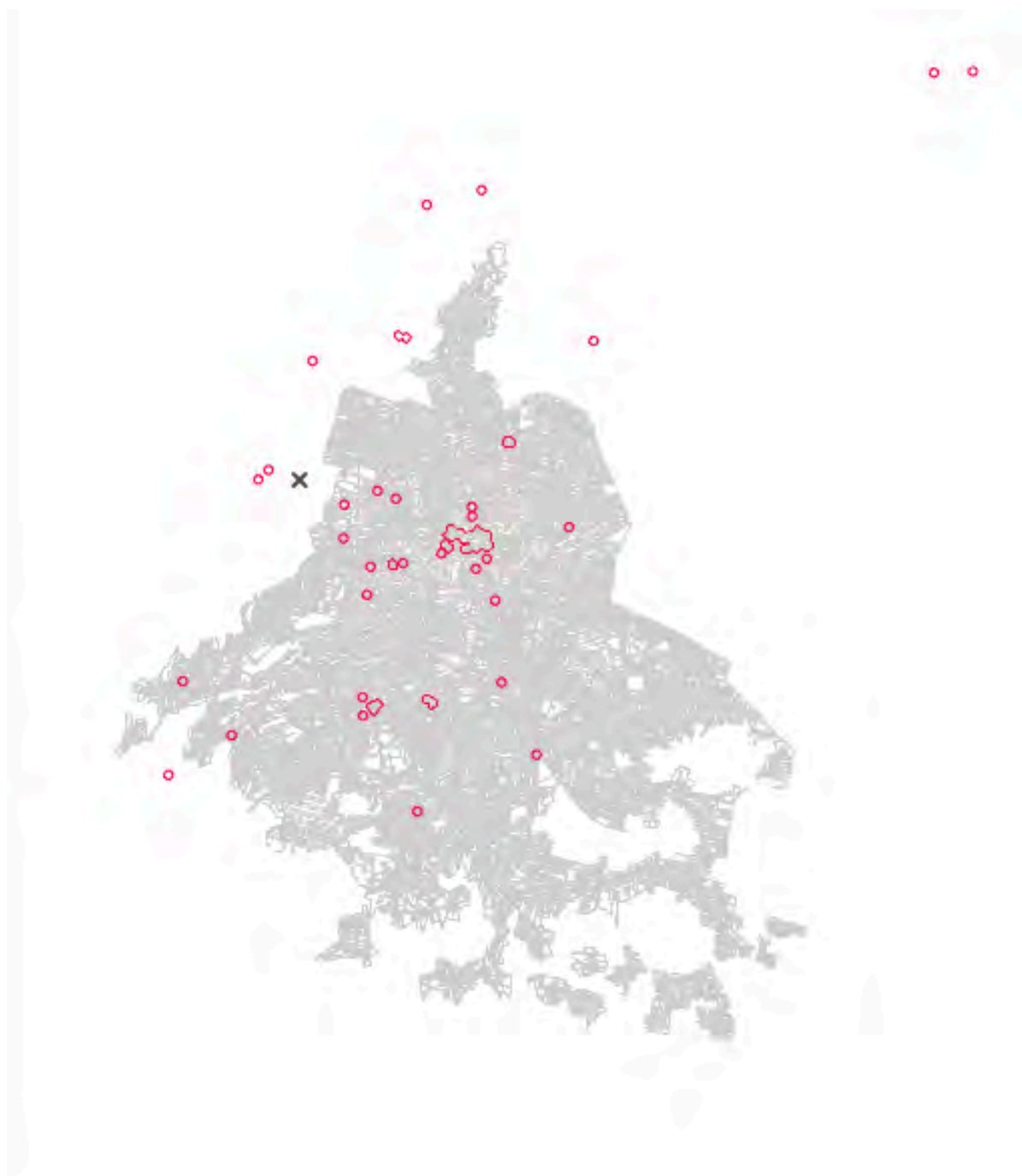
En su opinión personal, “(el Palacio) es un edificio enorme (...), mas su arquitectura no tiene nada de notable (...)”, y “Este Paseo (habla de Bucareli) goza de una hermosa vista de las montañas, pero prefiero mucho más el de la Viga, que ahora se está poniendo de moda.” Habla de las vistas de la ciudad de México: “Toda la extensión del Valle de México se desenvuelve como en un mapa,” (desde el Castillo de Chapultepec).” En otro lugar: (desde el camino hacia el Desierto de los Leones) “la vista que se deja atrás de toda la ciudad de México, con sus iglesias, lagos y montañas, es verdaderamente magnífica.” Y “Subimos esta tarde a la azotea para gozar de una vista magnífica de la ciudad.”, o “desde la azotea (de la casa en San Ángel) se domina una hermosa vista de los pueblos circunvecinos, San Angel, Coyoacán, Mixcoac, etc., con sus bosques y jardines, y la ciudad misma, con sus lago y volcanes.”

Llegamos a saber la tipología de las casas de la ciudad de México: “(la casa) Construida en forma de rectángulo como todas las casas de México”.

Aprovechando la ocasión de la presencia de un invitado de su marido, hace de guía y presenta la ciudad del siguiente modo, enseñándole todo lo que considera, en términos turísticos, importante: “Tenemos una agradable huésped de la Habana, *Don Joaquín Arrieta* (...). He ido de un lado para otro con mi amigo de la Habana, como si fuera una antigua residente, mostrándole las bellezas de México a un extranjero. Hemos visitado Minería, el Museo, el Jardín Botánico, el Colegio de Vizacaínas, etc., sitios que merecen ser visitados de nuevo. (...) hemos visitado otra vez el viejo Chapultepec y a Nuestra Señora de Guadalupe, con su Leyenda y el Pocito sagrado. Por las mañanas, salimos a caballo hasta Tacubaya y sus alrededores (...). Pocos días antes que se fuera el Señor Arrieta, paseamos en canoa por el canal hasta Santa Anita, para enseñarle todo lo que queda de las *chinampas*, que, además, es el modo más agradable que conozco para pasar una tarde en México.”



Mapa 13.1. La vida en México durante una residencia de dos años en ese país,
Madame Calderón de la Barca, 1843



Mapa 13.2. La vida en México durante una residencia de dos años en ese país,
Madame Calderón de la Barca, 1843



Mapa 13.3. La vida en México durante una residencia de dos años en ese país,
Madame Calderón de la Barca, 1843



Mapa 13.4. La vida en México durante una residencia de dos años en ese país,
Madame Calderón de la Barca, 1843



Mapa 13.5. La vida en México durante una residencia de dos años en ese país,
Madame Calderón de la Barca, 1843

• • •

III. Resultados de investigación

Respuesta a las preguntas iniciales o puesta a prueba de hipótesis estimadas

El turista urbano es caprichoso y las modas también cambian, sean de vestimenta o de destinos turísticos. La ciudad de México, como tantas otras destinos en el mundo, ha observado —en estos casi 150 años abarcados por mí del turismo documentado por guías turísticas y relatos de viaje— auges y decaimientos, cambios y tendencias importantes y menos importantes, estructurales y tangenciales, sociales, antropológicos, psicológicos, etc. desde el punto de vista de la actividad turística en su territorio.

Modas, tendencias, tiempo

Se torna obvio mirando a los mapas que la aparición o desaparición de un punto de atracción puede transcribir y modificar el centro geométrico de la actividad turística de una ciudad.

Y, hay hitos que sí cambian pero hay otros que no. Poniendo un ejemplo: el Centro Histórico de la ciudad de México y el Paseo de la Reforma (desde la existencia de esta última) son por tradición las partes más visitadas de la ciudad, dado la alta densidad de las atracciones y el ambiente histórico de ellos, y la fácil conexión espacial entre estos dos clústers. Son atracciones clave, es decir, atracciones principales que prácticamente todos los visitantes a la ciudad visitarán, imperativamente.

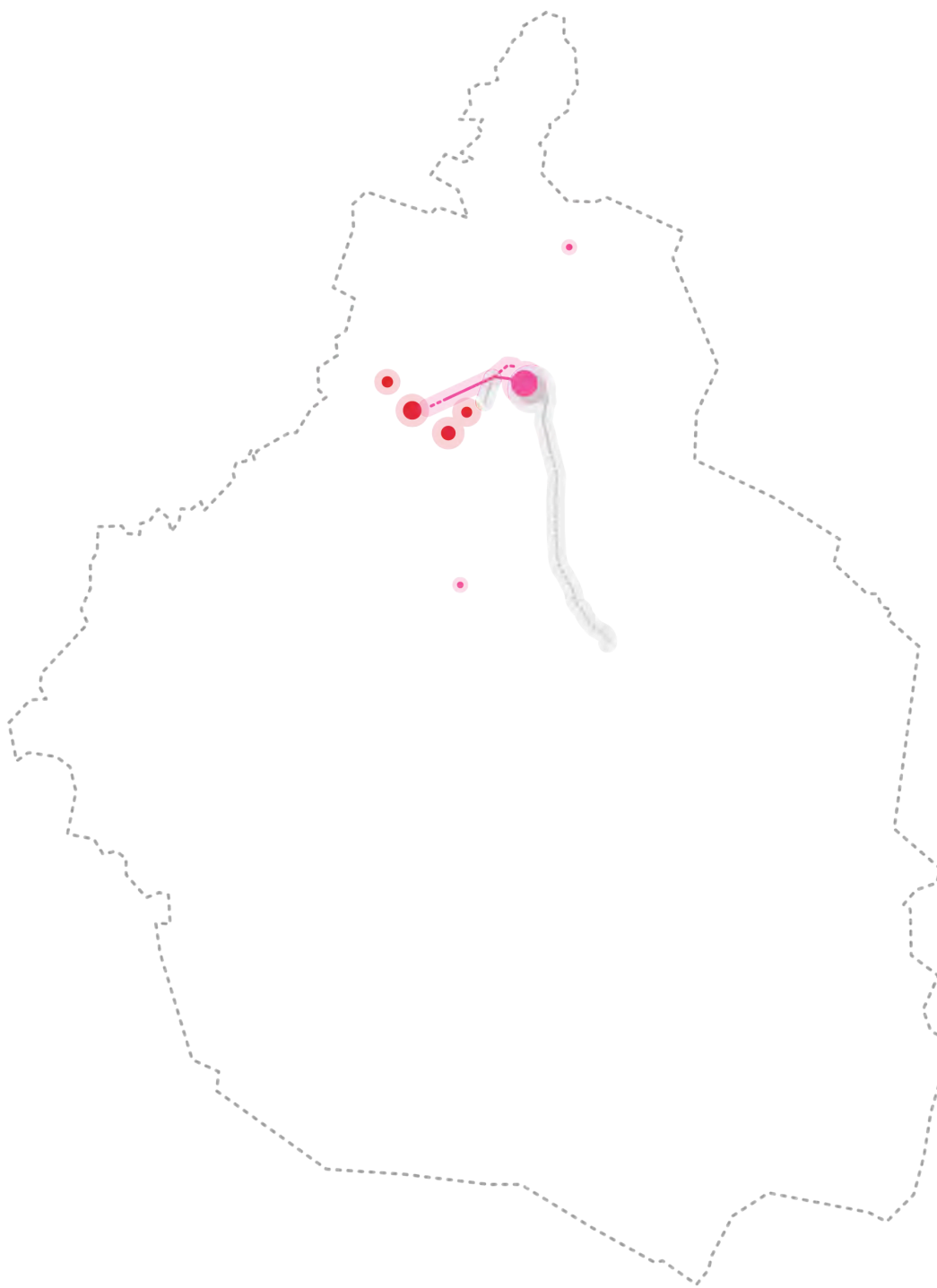
Otro caso es el de Teotihuacán: su grandeza e importancia, y por causa de la concentración de las atracciones en un área relativamente compacta lo predestinaban y predestinan para ser atracción clave respecto a la ciudad de México, aunque visitarlo signifique desplazamiento hacia fuera de la ciudad y dedicación de tiempo.

En general, se podría afirmar que la mayoría de las atracciones construidas, de carácter patrimonial, las cuales representan valores históricos no están tan expuestas a

la inestabilidad de las tendencias fluctuantes y a las modas turísticas (en caso de que si, claro, su mantenimiento está asegurado).

Atracciones que involucran gente, costumbres, tradiciones, fiesta y actividades afines que, de algún modo, pueden considerarse efímeras e intangibles están más bien a la merced de las modas, tendencias y, vamos decir así, aburrimiento de la gente. Así fue el caso del canal de la Viga, de la Avenida Bucareli o bien del árbol de la Noche Triste en Popotla, entre otros tantos: la costumbre de *ir a la Viga* y hacer un paseo sobre el canal hasta Santa Anita, estaba, aun en los años 30, de moda (*Terry's Guide* en 1944 habla de esta atracción como de algo que desgraciadamente ya no está de moda); Bucareli es otro ejemplo de decaimiento, sin embargo éste, por la construcción del Paseo de la Reforma y por su proximidad, carácter similar, novedad y tamaño captó su flujo por completo y relativamente rápido. En este caso, la atracción en si no era la avenida como objeto construido sino la gente que las llenaba. El árbol de la Noche Triste aparece listada por última vez como atracción en el *Guide Bleu* de 1968. Cuando en los años 80 le prendieron fuego ya hace mucho que no era un hito merecedor de una peregrinación a Tacuba.

Con la desaparición del *clúster* turístico del Canal de la Viga Xochimilco devino sin conexión con la centralidad y se devino una excursión, una atracción de los alrededores. Con la creciente importancia de la Reforma y, paralelamente, el decaimiento de Bucareli se esbozó una nueva dirección de ensanche hacia Chapultepec y Polanco, y éste conllevó el desplazamiento del centro geométrico de la ciudad de México hacia al Oeste.



Mapa 14. Síntesis de las tendencias turísticas territoriales
(rojo: atracciones recientes, fucsia: permanentes y gris: anticuados)

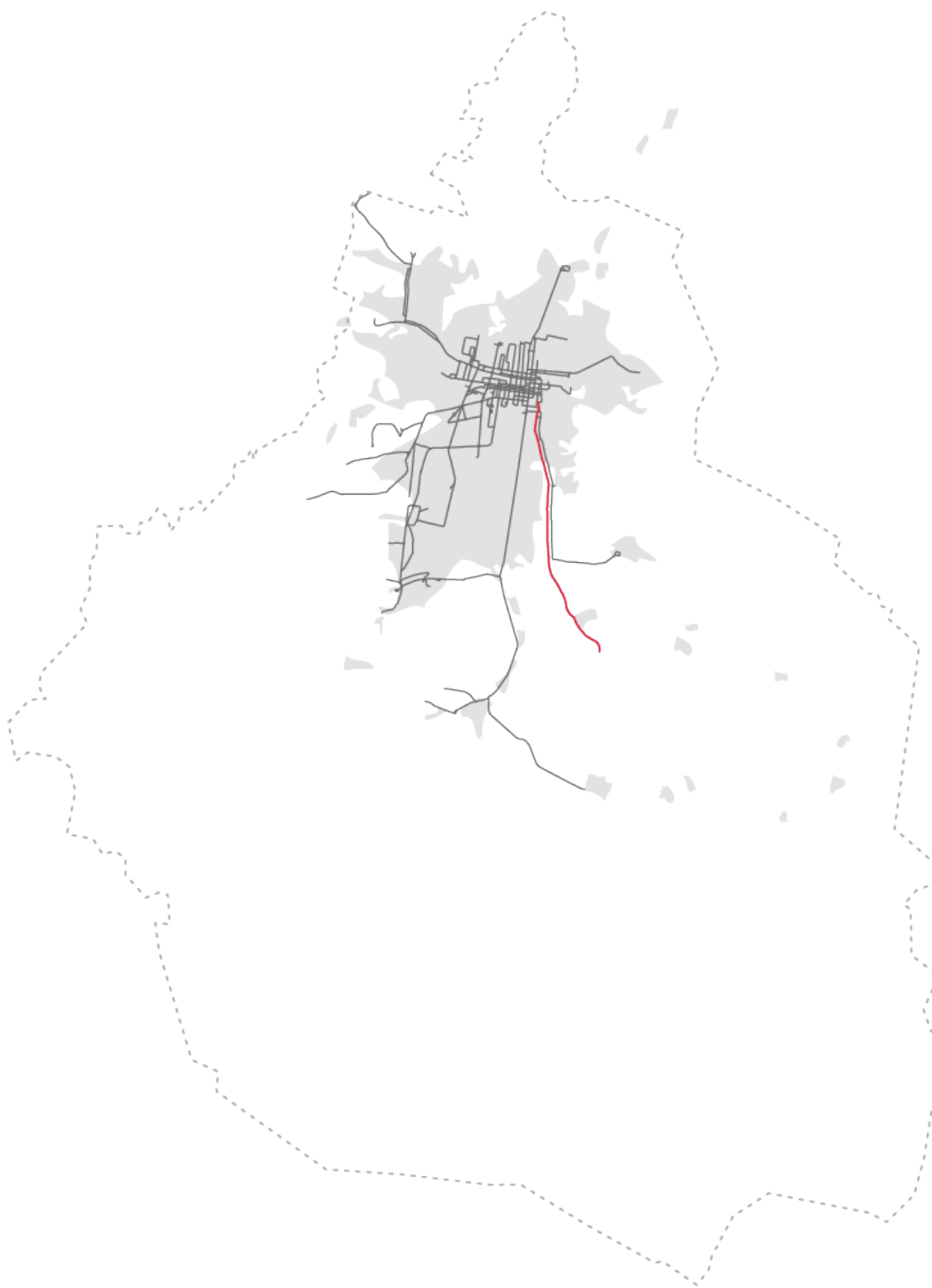
Fuente: elaboración propia

La estructura, transportes públicos, crecimiento de la ciudad

Los transportes públicos tienen un papel muy importante en la disponibilidad del turista a desplazarse para ver una atracción. Visitar al núcleo de Tlalpan muy probablemente devino un pasatiempo merecedor de aparecer en las guías recientes por la prolongación del metrobús hacia el Sur. De modo igual es muy probable que Santa Cecilia y los pirámides de Tenayuca vayan a re-ocupar su antiguo lugar en el imaginario turístico por causa de la línea del metrobús extendida hacia Norte.

Los tranvías de la ciudad de México, con su auge comprendido entre los años 30-50 (un sinfín de líneas interligadas, cubriendo en red densa la zona del Centro y conectándolo, a través de ramales, con las afueras como Azcapotzalco, Tlalnepantla, la Villa de Guadalupe, San Lázaro/ Bosque de Aragón, Panteón de Dolores y Cuajimalpa, Tlalpan, Xochimilco e Iztapalapa con el Zócalo a través de ramales)¹⁵⁴ significaban para el turista un modo fácil y cómodo de desplazarse, además la clave para percibir el espacio central de la ciudad y distinguirlo de las zonas no céntricas. Las líneas del metro, aparentemente, tal vez por su carácter subterráneo, no han logrado sustituir la comodidad, claridad e inteligibilidad del sistema del tranvía, según análisis de las guías turísticas.

¹⁵⁴ Elaboración propia a partir de datos, mapas antiguos e información amablemente concedida por el Sr. Salvador Zarco Flores, LOP del Museo de los Ferrocarrileros, Ciudad de México



Mapa 15. Red de tranvías y ramales (1934)

Fuente: elaboración propia a partir de datos cedidos por el Museo de Ferrocarrileros de la ciudad de México.

Al mismo tiempo que paulatinamente desapareció la red de tranvías, la ciudad de México se creció y para percibirla fueron necesarios nuevos conceptos, descripciones y explicaciones: hasta los años 40 todas las guías turísticas describen a la ciudad de México como lugar de fácil manejo y orientación, gracias a su estructura vial cuadrada y su transporte bien desarrollada (siempre se refieren a los tranvías), a partir de los años 50 los autores tienen que explicar la estructura de la ciudad basándose en conceptos a veces poco claros (dependiendo de las costumbres culturales del país emisor del autor y del turista meta) como los ejes, las direcciones cardinales, los puntos neurálgicos, las líneas de metro, etc.

Los cambios en el sistema de transporte y en la estructura vial de la ciudad se reflejan con inmediatez en las rutas propuestas por los autores.

•

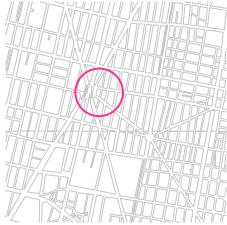
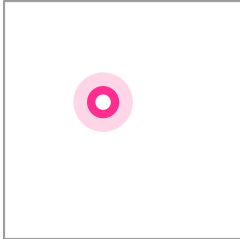
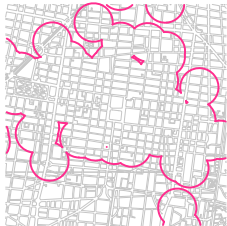
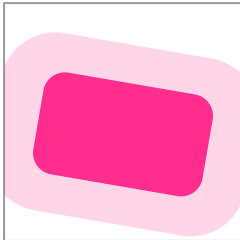
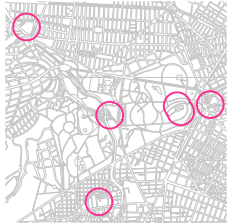
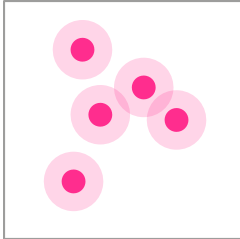
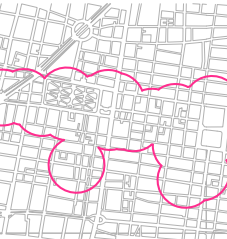
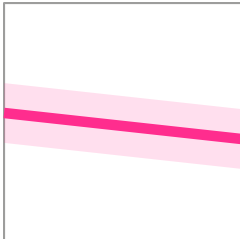

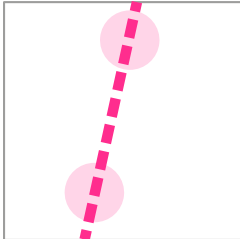
Como conclusión, se puede afirmar que hasta los años 40-50 se percibe y se entera la parte geográfica de la oferta turística de la ciudad de México como una pieza compacta (comprendida como las áreas del centro y próximos alrededores) y excursiones en las afueras, visión que después del crecimiento significativo de la ciudad, con la desaparición de los tranvías y aparición del sistema de metro, etc., cambia y se torna menos integrada territorialmente: la imagen del mapa de fácil comprensión se fragmenta.

Resumen de los mapas generados

Después del análisis de las tipologías encontradas a partir de los datos mapeados, establecí —para facilitar la comparación y sistematizar el análisis— tres tipos diferentes de estructuración visual: puntual, concentración y corredor. Los últimos dos dividí en subtipos: concentración homogénea o dispersa, y corredor continuo o discontinuo (ver Cuadro 5).

- 1) Las atracciones puntuales son, en mayoría, características de las afueras o son puntos satélite de las concentraciones voluminosas que después o se disuelven en la mancha de concentración o desaparecen.
- 2) Las atracciones que se forman concentraciones son clústers de hitos que se refuerzan entre si y forman una burbuja en la cual el turista se mueve de atracción a atracción, sin tener que pasar mucho tiempo hasta el próximo impacto visual. Dentro de este grupo, la concentración homogénea (como el Centro Histórico) se caracteriza por una alta proporción de atracciones por unidad espacial, la concentración dispersa (p.e. San Ángel y Coyoacán) es más bien la secuencia no lineal de una cantidad de atracciones ligeramente interconectadas que forman un clúster y al que el turista considera, si tiene más tiempo que el mínimo, merecedor de una visita.
- 3) Los corredores son agrupaciones de atracciones en forma lineal, muchas veces entre dos clústers de concentración (p.e. la Reforma entre Chapultepec y el Centro). Es relativamente fácil añadir más puntos planeados a este tipo de clúster (p.e. plaza Garibaldi) y por eso las estrategias turísticas de las autoridades (tanto en el continente americano, especialmente en los Estados Unidos como en Europa) operaban a menudo, a partir de los años 60, con este tipo de formación. Dentro de la misma categoría el corredor continuo es un conjunto de atracciones arregladas linealmente y con conexión inmediata entre ellas, el corredor discontinuo tiene la capacidad de devenir un corredor continuo con adecuadas intervenciones.

Cuadro 5. Tipología de las actividades analizadas.

<i>tipología</i>	<i>concentración de actividades</i>	<i>esquema</i>	<i>ejemplo</i>	<i>fuentes</i>
puntual			División del norte	1968 LE GUIDE BLEU
concentración homogénea			Centro histórico	1968 LE GUIDE BLEU
concentración dispersa			Bosque de Chapultepec	1846 CALDERÓN DE LA BARCA
corredor continuo			Juárez - Av. Francesco I. Madero	1969 GOLDSTADT-REISEFÜHRER
corredor discontinuo			Av. Insurgentes	2001 THE ROUGH GUIDE

Fuente: elaboración propia.

Para poder someter las ocurrencias textuales mapeadas a un análisis numeral, previamente tuve que hacer un conteo del contenido de los mapas, es decir expresar numéricamente los puntos o líneas marcadas en cada mapa. Después pude continuar con los cálculos de porcentaje (para poder expresar el peso de cada tipo de categoría en porcentajes) y, finalmente, visualizar los resultados gráficamente.

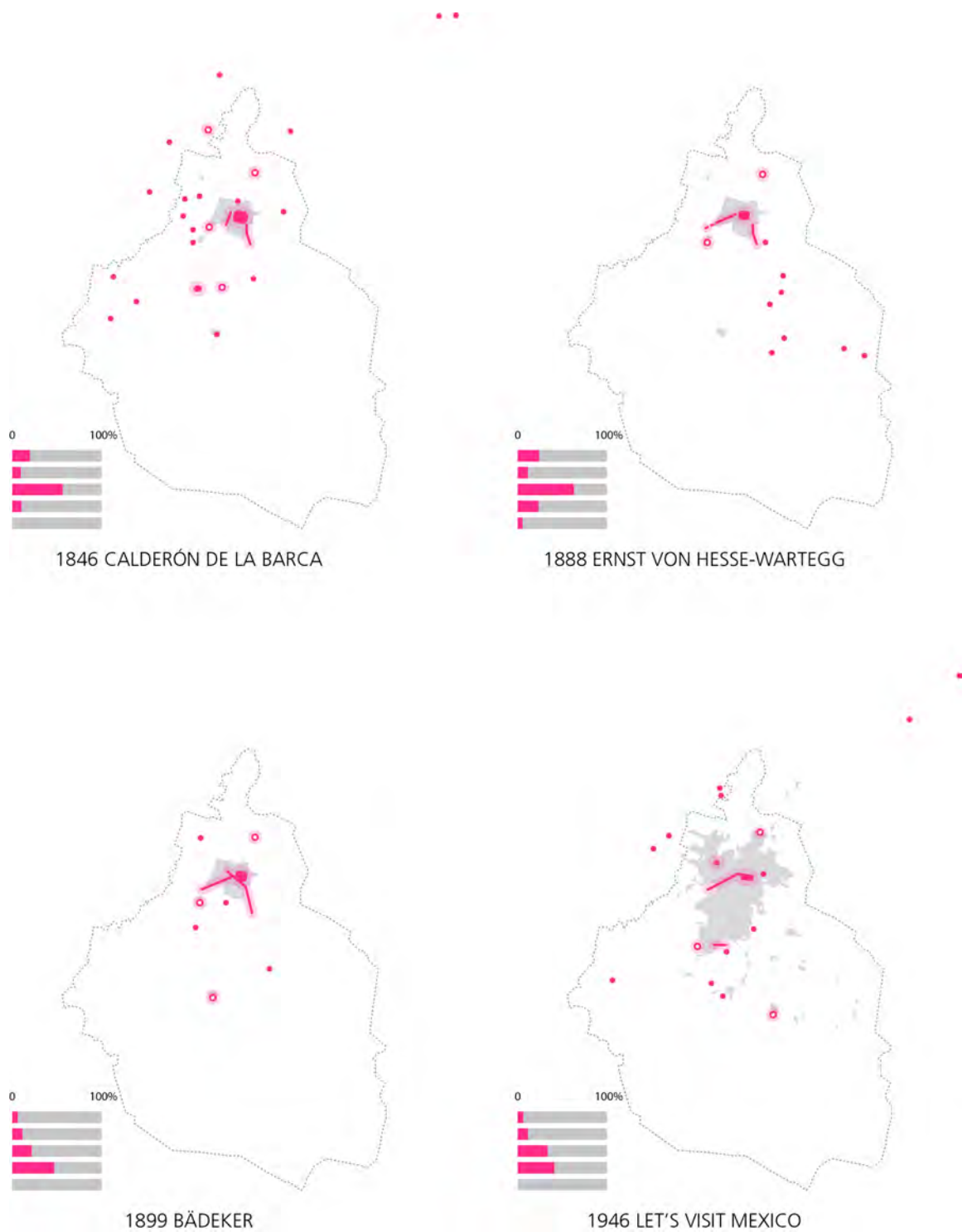


Figura 2.1. Resumen y análisis de los guías - configuración espacial

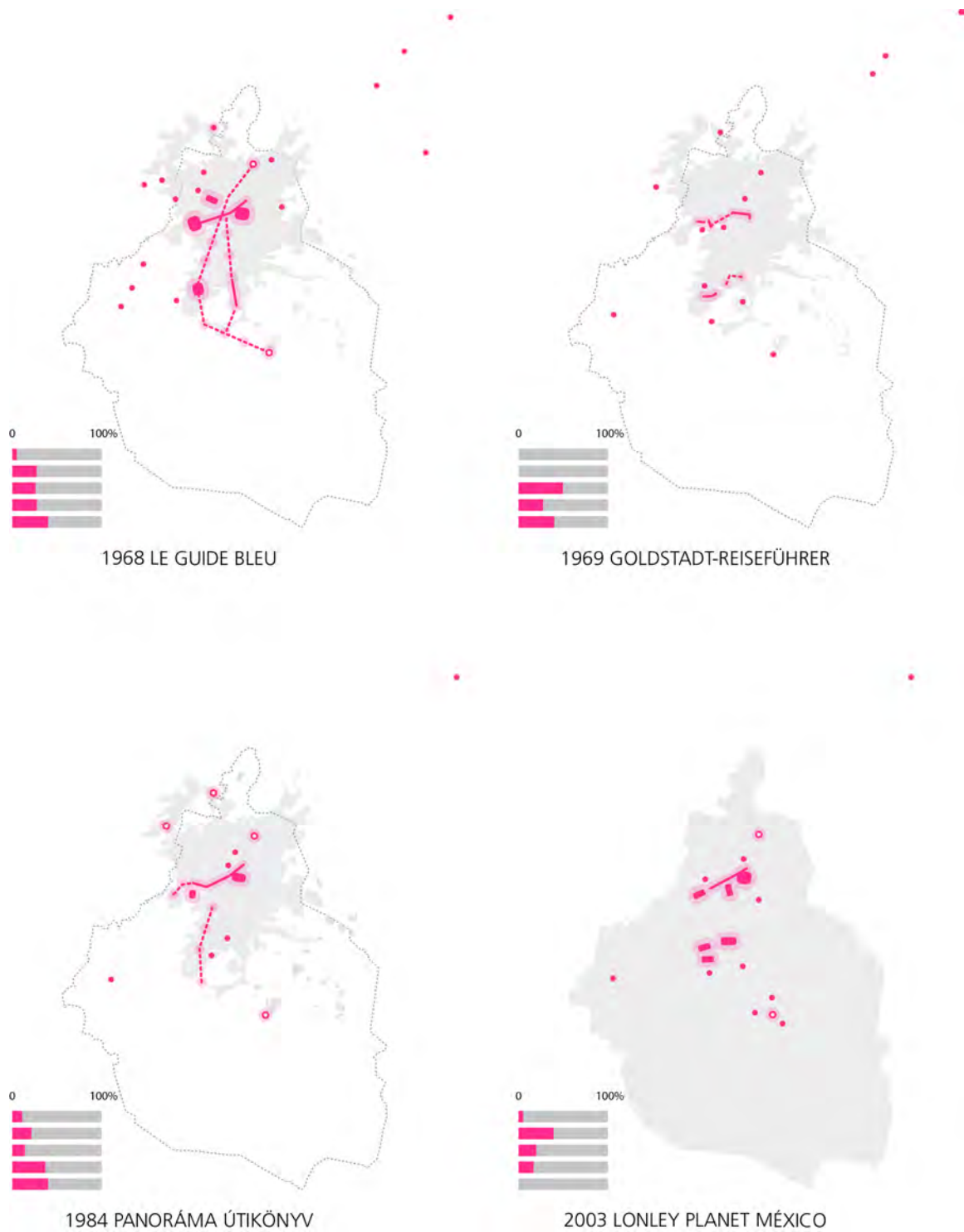


Figura 2.2. Resumen y análisis de los guías - configuración espacial

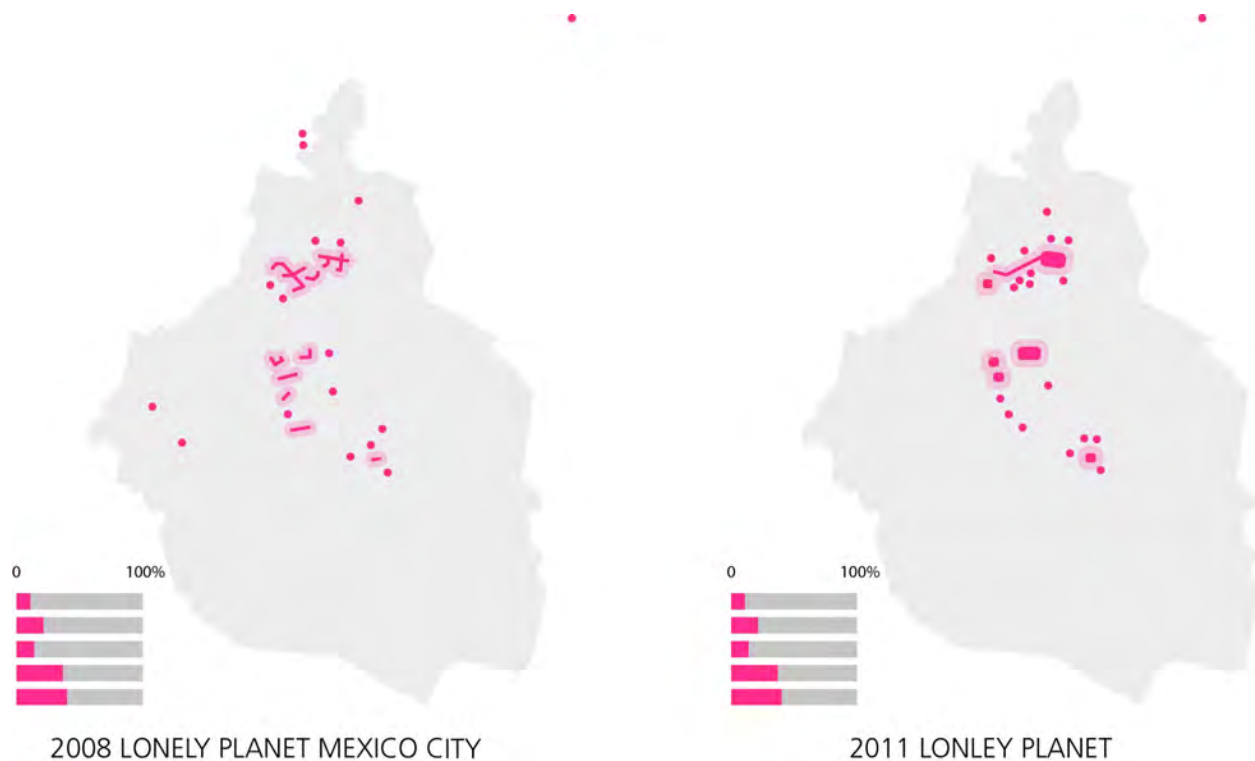


Figura 2.3. Resumen y análisis de los guías - configuración espacial

Los mapas analizados contienen en porcentaje diferente estas categorías de formación de clústers. En el siglo XIX. el mapa turístico —según el sistema de criterios y características formales establecidas por mí— consistía mayoritariamente en atracciones de tipo concentración dispersa, a parte de algunas atracciones puntuales, concentraciones homogéneas y lineales (en 1846, el Centro Histórico, la Avenida Bucareli y el canal de la Viga eran las atracciones clave de la ciudad; en 1888 la Reforma quita la fama de Bucareli y la Viga está en su auge, a parte del Centro; en 1899, la Reforma se prolonga, la Viga aun existe, y los dos clústers se conectan a través del Centro).

Corredores discontinuos prácticamente no constan en la literatura de viaje, son características de las guías turísticas en el sentido estricto de la palabra (lo que es más que lógico: la literatura de viaje no tiene que “convencer” al turista de continuar su

caminada o recorrido). Los corredores discontinuos con un peso significativo aparecen por primera vez (entre los tomos analizados) en la Baedeker.

El siglo XX es la época de una linealidad que crece: en los mapas se dejan entrever conexiones subyacentes entre diferentes zonas en las afueras, gracias a los transportes públicos. El Centro Histórico sigue siendo la mancha más concentrada y grande, pero cada vez más peso tienen el Sur y las zonas del Oeste (Chapultepec, Polanco). Los corredores —tanto los continuos como los dispersos— empiezan a visualizarse (Insurgentes y la línea Oeste-Este del conjunto San Ángel-Coyoacán).

La Guide Bleu p. e. lista pocas atracciones puntuales mientras abunda en corredores: los años 60 era una época muy prometedora en términos del crecimiento del turismo y, especialmente, del turismo urbano, y esta guía la representa perfectamente con sus varias posibilidades e interligaciones.

La guía Goldtsadt, quizás por cuestiones culturales (llegar a un lado vs. estar en un sitio), no enfatiza tanto a las atracciones puntuales ni a las concentradas como las otras guías. En cambio, muestra el porcentaje más alto de corredores y concentraciones dispersas. Eventualmente era este tipo de estructuración urbana que el turista meta de esta guía prefería.

Los últimos 14 años son caracterizados por la fragmentación del mapa turístico de la ciudad de México.

Paralelamente con el primer lugar ocupado por el Centro Histórico en términos de importancia y concentración, aparecen subcentros autónomos (Coyoacán, San Ángel, la Roma, Condesa, etc.) y cortas linealidades entre ellos. El centro geométrico se mueve hacia el Sur y Oeste.

En comparación con la época anterior (los años 50-60), algunas atracciones puntuales en los alrededores del Oeste de la ciudad están completamente desaparecidas del imaginario del turista de hoy, como Naucalpan, los Remedios y el acueducto o las Torres de Satélite.

La estructuración de las guías Lonely Planet es caracterizada por un sinnúmero de pequeñas concentraciones que se flutuan sobre el mapa sin líneas o corredores co-organizadoras grandes entre ellas. (El lector meta de las guías Lonely Planet es supuesto de ser independiente, consciente de lo que busca e incansable si se trata de llegar a sitios menos comunes y poco turísticos: son turistas que pueden —y quieren— dedicar más tiempo a conocer un lugar y hacerlo con profundidad, y tampoco se importan pasear más o pasar más tiempo muerto entre atracciones).

El factor cultural desde donde se mira

A parte de las conclusiones que se ha podido hallar durante el análisis en términos espaciales hubo varios puntos de vista que son importantes, aunque mi enfoque no se centra en ellos. Mencionando nada más uno, muy marcado y, por eso, merece la pena mencionarlo aunque sea de paso, las diferencias culturales que se reflejan a través de las diferentes guías turísticas escritas para lectores de diferentes países. Se puede también ver que estas diferencias con el paso de tiempo son cada vez menos perceptibles: las guías turísticas de hoy ya no difieran tanto en términos culturales como por ejemplo en los años 40.

En mediados del siglo pasado —durante el auge del turismo de masa— la diferencia entre el turista del vecino Estados Unidos y el turista de, p.e., un país europeo, fue significativa. El turista estadounidense tenía sus intereses, exigencias y necesidades especiales: para ellos, el viaje comprendía la extensión de su cultura, buscaban las huellas de su identidad estadounidense en otros sitios a través de las diferencias y lo que en el destino le faltaban para tener el confort de la casa, y comparaban el desarrollo económico del destino con lo de su tierra natal. Los turistas estadounidenses encontraban las diferencias entre destino y origen y no necesariamente estaban contentos con el hallazgo. Mientras que el turista francés o alemán buscaba lo exótico, lo diferente y estaba satisfecho con lo que experimentaba, vivía y vía.

Es importante añadir también como punto de vista conectado al tema cultural el estatuto o consideración mundial de la importancia de un lugar, según el trabajo de Rátz, Smith y Michalkó (2008). La designación del estatus del patrimonio de la humanidad a estos lugares no cambió mucho los patrones del modo o duración de la visita de los turistas a la ciudad, pero la calidad de ser parte del patrimonio de la UNESCO significa un desafío en términos de gerencia de monumentos: el título puede elevar expectativas en los turistas y al mismo tiempo elevar la responsabilidad asociada al tema de la comunidad local. Hacer parte del patrimonio de la humanidad (o de otro sello de calidad) asegura un flujo de turistas y un interés estables.

Presentación de la aportación en la discusión del problema

Los investigadores de temas de turismo urbano, del papel e impacto de las guías turísticas y los pocos que hay que estudian la espacialidad del turismo afirman unánimamente que, investigar la relación entre espacio y turismo es importante e imprescindible para un sano y próspero equilibrio de las ciudades y que por las dificultades de captación de datos, por causa de la difícil sistematización de los hallazgos y por varios otros obstáculos se negligencia este aspecto del estudio de turismo.

•

...Y, lo que sigue, lo que quedó pendiente en la investigación y lo que se puede integrar en un posterior trabajo de doctorado.

En un futuro próximo, puede ser interesante poder comparar guías turísticas de manera más sistematizada: guías turísticas redactadas en el mismo idioma y para el mismo tipo de lector sobre la ciudad de México a lo largo del tiempo; o guías turísticas de diferentes contextos culturales y escritas en diferentes idiomas pero con la misma fecha de publicación.

También sería interesante poder entrevistar a los propios turistas sobre su comportamiento espacial y aplicar los hallazgos.

Experimentando de cerca el tamaño de la problemática del turismo urbano descontrolado y facilitado por los *low-cost*, muy practicado en Europea, sería pertinente investigar las políticas —y sus cambios a lo largo del tiempo— en términos del manejo de los flujos turísticos dentro de las ciudades. Aunque la proporción de los turistas en comparación con la población y tamaño de la ciudad de México, la seguridad e imagen del lugar, etc. no indican que el mismo tipo de problema amenace a la capital mexicana, merecería la pena continuar presente investigación en ese sentido, también porque existe una literatura accesible y vasta en la materia.

Sería, ya algo acotado en una dirección, interesante también ver la proporción entre conscientemente planeado (gobierno) y orgánicamente acontecido (propios turistas) de los cambios y desarrollo espaciales en la ciudad de México y sus huellas sobre el mapa de la ciudad.

A n e x o

Bibliografía

- ADLER, J. (1989) *The origins of sightseeing*. Annals of Tourism Research 16: 7-29.
- ASHWORTH, G., Tunbridge, J. E. (2000) *The tourist-historic city: Retrospect & prospect of managing the heritage city*. Amsterdam, New York: Pergamon.
- _____. (2003). *Urban tourism: Still an imbalance in attention?* In C. Cooper (Ed.), *Classic reviews in tourism* (pp. 143-163). Buffalo, NY: Channel View Publications.
- _____, Page, S. J. (2010) *Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes*. Tourism Management, Elsevier.
- _____, Dietvorst, A. G. J. (1995) *Tourism and spatial transformations. Implications for Policy and Planning*. Wallingford, UK, CAB International.
- BARRADO, D. A., Calabuig, J. (eds) (2001) *Geografía mundial del turismo*. Madrid: Editorial Síntesis.
- BHATTACHARYYA, D. P. (1997) *Mediating India. An analysis of a guidebook*. Annals of Tourism Research 24: 2, 371-389
- CAMACHO, Luis A. P. (2004) *El Centro Histórico de la ciudad de México. Una visión del siglo XX*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- COHEN, E. (1979) *Who is a tourist?: A conceptual clarification*. Sociological Review 22: 527-55.
- _____. (1985) *The tourist guide. The origins, structure and dynamics of a role*. Annals of Tourism Research, 12: 5-29.
- DELGADILLO, V. (2009) *Patrimonio urbano y turismo cultural en la ciudad de México: Las chinampas de Xochimilco y el centro histórico*. Andamios, Revista de Investigación Social, Volumen 6, Número 12, Diciembre de 2009, Ciudad de México: UACM.
- DIETVORST, A. G. J. (1994). *Cultural tourism and time-space behaviour*. In G. J. Ashworth, P. J. Larkham (eds.), *Building a new heritage: Tourism, culture, and identity in the New Europe*. London, New York: Routledge.
- GOSPODINI, Aspa (2001). *Urban Design, Urban Space Morphology, Urban Tourism: An Emerging New Paradigm Concerning Their Relationship*. European Planning Studies, 9: 7, 925 - 934
- GUNN, C. A. (1972). *Vacationscape: Designing tourist regions*. Bureau of Business Research, University of Texas, Austin, Texas.

HALL, C. M., Page, S. J. (200*) *The geography of tourism and recreation. Environment, place and space.*

HERZOG, L. A. (2004) *Globalización, política y revitalización del Centro Histórico de la Ciudad de México. Los últimos cien años – Los próximos cien...*, Kuri, A. R. e Tamayo, S. (coord.) México: Universidad Autónoma Metropolitana.

HIERNAUX-NICOLÁS, D. (2003) in: Hoffman, L. M., Fainstein, S. S., Judd, D. R. *Cities and visitors. Regulating people, markets, and city space.* Malden, MA: Blackwell Publishing.

_____ (2003) *Tourism and Strategic Competitiveness: Infrastructure Development in Mexico City.*

_____ (1994) *En busca del Edén: turismo y territorio en las sociedades modernas.* Ciudades núm. 23.

_____ (2005) *Imaginarios y lugares en la reconquista de los centros históricos.* Ciudades, núm. 65.

JAAKSON, R. (2004) *Beyond the tourist bubble? Cruise-ship passengers in port.* Annals of Tourism Research, 31, 44-60.

JANSEN-VERBEKE, M. (1986) *Inner-city tourism: Resources, tourists and promoters.* Annals of Tourism Research, 13, 79–100.

JOHNSON, R. J. (1973). *Spatial structure: Introducing the study of spatial systems in geography.* New York: St. Martin's Press.

JUDD, D. R., Fainstein, S. S. (1999) *In The tourist city.* New Haven, London: Yale University Press.

_____ (2003) *El turismo urbano y la geografía de la ciudad.* EURE (Santiago) v. 29 n. 87 Santiago 2003.

LASANSKY, D. M. y McLaren, B. (eds.) (2004) *Architecture and tourism. Perception, performance and place.* Oxford, New York: Berg.

LAW, C. M. (1993) *Urban tourism: Attracting visitors to large cities.* London, New York: Mansell.

_____ (1996) *Tourism in major cities.* London: Routledge.

LEW, A. A. (1991) *Place Representation in Tourist Guidebooks: An Example from Singapore.* Singapore Journal of Tropical Geography 12(2):124-137.

_____, Hall, M. C., Williams, A. L. (ed.) (2004) *A Companion to Tourism.* Blackwell Publishing.

LÓPEZ, A. L., Gallegos, O. (200*) *Diferenciación espacial y turismo en una localidad urbana del litoral del Golfo de México.* ***

LOZADA, J. R. (1941) *El turismo; Lazo espiritual y fuente de progreso.*

- MACCANNELL, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. University of California Press, Berkeley.
- MCKERCHER, B. Lau, G. (2008) *Movement patterns of tourists within a destination*; *Tourism Geographies*, 10(3): 355-74.
- MICHALKÓ, G. (1999) *A városi turizmus elmélete és gyakorlata*. Budapest: MTA Földrajztudományi Kutató Intézet.
- _____. (2000) *Changing spatial pattern of tourism in Hungary*. Hungary towards the XXIst century. The human geography of transition. Budapest: Geographical Research Institute, Hungarian Academy of Sciences.
- _____, Lőrincz, K. (2011) *A városi turizmus*.
- MONTANARI, A., Muscara, C. (1995). *Evaluating tourist flows in historic cities: The case of Venice*. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geographie*, 86, 80–187.
- OSTI, L. (2007) *Travel guidebooks and the independent traveller in the Asia Pacific region*. Tesis de Ph.D. Victoria University.
- PAGE, S. J. (1995) *Urban tourism*. London, New York: Routledge.
- _____, Hall, M. C. (2003) *Managing urban tourism*. Harlow: Prentice-Hall.
- PEARCE, D. G. (1998) *Tourist districts in Paris: Structure and functions*. *Tourism Management*, 19, 49–65.
- _____. (1987) *Tourism today: A geographical analysis*. Burnt Mill: Longman.
- _____. (1981) *Tourism development*. New York: Longman.
- PLOG, S. C. (1987) *Understanding psychographics in tourism research*. In J. R. Brent-RITCHIE, C. R. Goeldner (Eds.), *Travel, tourism and hospitality research: A handbook for managers and researchers*. New York: Wiley.
- PRENTICE, R. (1993) *Tourism and heritage attractions*. London, New York: Routledge.
- SHOVAL, N., Raveh, A. (2004) *Categorization of tourist attractions and the modelling of tourist cities: based on the co-plot method of multivariate analysis*. *Tourism Management*, 25, 741–750.
- _____, Isaacson, M. (2010) *Tourist Mobility and Advanced Tracking Technologies*. London, New York: Routledge.
- TERRAZAS, O. R. (1995) *Los ejes de la metropolización*. In: *Anuario de Estudios Urbanos*, No.2., UAM-A: México
- URRY, J. (2009) *La globalización de la mirada del turista*. *Metròpolis*, N° 72, verano
- VERA, F. J. (coord.), Palomeque, F. L., Marchena, M. J., Anton, S. (1997) *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel Geografía.

WILDNER, K. (2005) *La plaza mayor, ¿centro de la metrópoli? Etnografía del Zócalo de la ciudad de México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Guías turísticas/ Literatura del viaje

AMBRIÈRE, F. (1968) *Mexique*. Paris: Les Guides Bleus, Librairie Hachette.

BAEDEKER guide United States from 1899. The United States with excursion into Mexico, Cuba, Porto Rico and Alaska. Handbook for travellers. Leipzig/ New York 1899-1909

CALDERÓN de la Barca (2010) *La vida en México durante una residencia de dos años en ese país*. México: Editorial Porrúa

MAY, J. (1968) *Goldstadt-Reisführer Mexico*. Reiseführer und Wegweiser durch die alten Kulturen des Landes mit Sprachführer. Goldstadtverlag, Pforzheim (2. überarbeitete Auflage, 1968)

MAYER, B. (1844) *Mexico as it was and as it is*. Secretary of the U.S. Legation to that country in 1841 and 1842. Google Books, Library of Texas

NOBLE, J., Bao, S., Forsyth, S., Greenfield, B., Grosberg, M., Konn, M., Nystrom, A. D., Plank, S., Rea, M., Schechter, D. C., Stewart, I., Yanagahira, W. (2005) *México*. 2ª edición. Barcelona: Lonely Planet - geoPlaneta, Editorial Planeta.

STEEL, B. (1946) *Let's visit Mexico*. 2ª edición. New York: Robert McBride & Company, American Book Stratford Press, Inc.

TERRY, T. P. (1944) *Terry's Guide to Mexico; The New Standard Guidebook to the Mexican Republic with Chapters on the Railways, Airways, and Ocean Routes to Mexico, and the Automobile Roads in the Republic*. 6ª edición. Hingham, Massachusetts, USA.

WILKIE, R. W. (2006) *Adventures into Mexico: American tourism beyond the border* (ed. Bloom, N. D.) Lanham: The Rowman & Littlefield Publishing Group, Inc.

Fuentes estadísticas

- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2009), Barómetro OMT del turismo mundial. Vol. 7, núm. 1, enero, Madrid
- Reporte de la OMT, Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO), edición año 2014
- Datos estadísticos del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (2008)
- Datos estadísticos de la SECTUR (Secretaría del Turismo)

Otras fuentes

Programa Sectorial del Turismo 2008-2012

Museo de los Ferrocarrileros, Ciudad de México

Fuentes de internet

www.mexicomaxico.com

www.skyscrapercity.com

<http://www.mexicomaxico.org/Tranvias/PlanoRutas/RutasTranvias.htm>

<http://travelwriters.blogspot.com/2006/04/history-of-travel-guidebooks.htm>